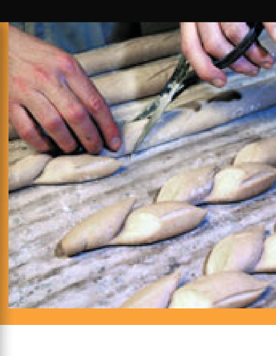
LE MONDE DES Artisans
RETROUVEZ DANS CE NUMÉRO TOUTE L'INFORMATION DE VOTRE CMA
ÉDITION Aisne









Agissez pour réussir, formez-vous !

P. 6







Demandez-le !

Bimestriel n°95 • juillet-août 2013 • 1 €

TRANSMISSION AISNE P.46

CONCOURS LA ROSE DE PICARDIE P. 12

LE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE DE NOS TERRITOIRES P. 8



Pour nous les PROS

MAAF PRO S'ENGAGE

- → **Vous conseiller** pour mieux vous accompagner et vous protéger
- → **Vous donner accès** aux services MAAF à tout moment
- → **Vous écouter** toujours plus pour mieux vous satisfaire
- → **Reconnaître** votre confiance et votre fidélité
- → **Vous simplifier** les démarches au quotidien



En tant que client MAAF, vous pouvez bénéficier, en fonction du ou des contrat(s) MAAF souscrit(s), de tout ou partie des engagements présentés au titre du Pacte, selon les modalités correspondant au service présenté ou selon les conditions du ou des contrat(s) concerné(s) pour les garanties présentées. Pour connaître les modalités d'accès et les conditions de chaque engagement, vous pouvez les consulter sur www.maaf.fr.

POUR EN SAVOIR PLUS

Contactez votre Conseiller MAAF PRO au
N° Vert 30 15
du lundi au vendredi de 8h30 à 18h30 et le samedi de 9h à 12h
(appel gratuit d'un poste fixe, coût selon opérateur)

Connectez-vous sur
www.maafpro.fr



PANORAMA



Du 16 au 22 mars dernier s'est déroulée la Semaine Nationale de l'Artisanat, qui a regroupé sous un label commun toutes les initiatives locales de promotion de l'artisanat. P 4

ÉVÉNEMENT

4 **RETOUR SUR** la Semaine Nationale de l'Artisanat

ACTUALITÉS

6 **NOS APPRENTIS** sont prometteurs !

8 **AISNE AVENIR :** Agir pour le développement économique de nos territoires

9 **25e CONCOURS** « Un des Meilleurs Ouvriers de France »

10 **ANNIVERSAIRE :** le statut de société coopérative artisanale a 30 ans

11 **PUBLICATION ANNUELLE DES COMPTES :** procédures simplifiées pour les TPE

12 **L'UNIVERSITÉ RÉGIONALE** des Métiers et de l'Artisanat

13 **LA DÉCLARATION SOCIALE** des indépendants

STRATÉGIES



France Nuanciers est spécialisée dans la fabrication de nuanciers, échantillonnage, et plus généralement dans la confection d'outils publicitaires. P 16

STYLE DE VIE

14 **CES ARTISANS** persistants

ÉCLAIRAGE

16 **FRANCE NUANCIERS,** une entreprise qui investit en temps de crise…

17 **COMMUNICATION ET SAVOIR-FAIRE** la France, un argument marketing tendance

1 JOUR AVEC…

24 **UN MENUISIER :** le bois dans tous ses états

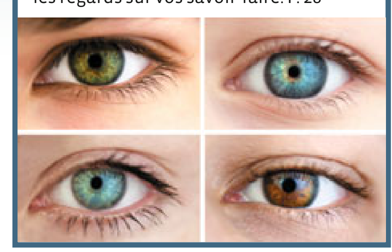
CAS D'ENTREPRISE

26 **BRASSERIE CASTELAIN :** l'export comme moteur

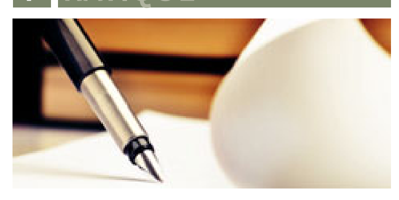
DOSSIER

MISER SUR LA COMMUNICATION VISUELLE POUR CAPTER L'ATTENTION

Définition d'une charte graphique cohérente, communication digitale, visibilité et aménagement du point de vente… : le point sur les actions à mettre en œuvre pour braquer les regards sur vos savoir-faire. P. 28



PRATIQUE



Une société civile immobilière familiale permet aux membres d'une même famille d'être propriétaires et de gérer ensemble, un ou plusieurs biens immobiliers. P 40

JURI-PRATIQUE

34 **GESTION DU PERSONNEL :** loi sur la sécurisation de l'emploi : les mesures pour les artisans

35 **AVANTAGE FISCAL ET SOCIAL :** utiliser des chèques-vacances

PRATIQUE

36 **TRANSMISSION** de votre entreprise

37 **LE SECTEUR DU BÂTIMENT** au cœur du débat sur la transition énergétique en Picardie

PAROLES D'EXPERTS

38 **CRÉATION D'ENTREPRISE :** des étapes à ne pas brûler

JURIDIQUE

40 **POINT DE VUE** du notaire sur la SCI familiale

41 **INFORMATION SUR LA RETRAITE** complémentaire des artisans

FORUM

42 **DES AIDES EXISTENT !** Demandez à votre CMA02 !

REGARDS

INITIATIVES

44 **LA BOUCHERIE** de Monsieur Cordin

45 **UN SOUTIEN FINANCIER** pour les entreprises

TRANSMISSION

46 **ANNONCES** de cession

ÉDITO

Charles Colvez
Président de la CMA de l'Aisne

« L'artisanat se démarque »

À l'heure où l'actualité ne cesse d'être émaillée « d'affaires » (politiques, alimentaires…), reflet d'une économie débridée où l'aspect financier prime sur toutes autres valeurs, l'artisanat revêt aujourd'hui plus que jamais toutes ses lettres de noblesse.

Nous, artisans, montrons notre Force, montrons que nous participons activement à « la Qualité France ».

En effet, en ces temps difficiles pour bon nombre d'entre nous, hissons haut les valeurs que nous défendons : **le travail « bien fait », l'implication dans la formation des jeunes, la relation de proximité** avec nos clients, notre capacité à leur apporter une offre personnalisée, à répondre à leurs besoins spécifiques et à leur garantir la qualité de nos prestations et de nos produits…

C'était notamment l'objectif de la Semaine nationale de l'artisanat, du 16 au 22 mars dernier (cf. bilan article pages 4-5), événement phare destiné à rappeler que l'artisanat est au cœur de la vie quotidienne des Français et que les entreprises de notre secteur constituent ensemble la « Première Entreprise de France ».

Les Français sont aujourd'hui, plus que jamais, soucieux de lisibilité et transparence.

N'hésitons pas à participer à toutes les initiatives pour promouvoir nos savoir-faire, mettre en avant nos atouts et rappeler que l'artisanat est le **garant d'une éthique professionnelle.**

À ce sujet, j'en profite pour vous faire part d'une initiative forte des trois chambres consulaires du département : renforcer les actions menées jusqu'à présent pour mieux accompagner le développement économique des entreprises et des territoires (cf. article page 12).

Parce que *« L'Avenir ne se prévoit pas, il se prépare »* Maurice Blondel (philosophe fin XIXe - début XXe s)

Bon courage à tous !

Ce numéro comprend des pages spécifiques entre les pages 1 à 16 et 33 à 48 pour les abonnés de l'Aisne.

Le Monde des artisans n°95 – Juillet-août 2013 – Édition de l'Aisne – Président du comité de rédaction des pages locales : Charles Colvez – Avec le concours rédactionnel de la Chambre de Métiers et de l'Artisanat de l'Aisne – Éditeur délégué : Stéphane Schmitt – Rédaction : ATC, port. : 06 82 90 82 24, e-mail : lemondedesartisans@groupe-atc.com – Ont collaboré à ce numéro : Barbara Colas, Sophie de Courtivron, Marjolaine Desmartin, Christelle Fénéon, Guillaume Geneste, Thomas Hubert, Delphine Payan, François Sabarly – Secrétariat de rédaction : M. Anthony, J. Clessienne, J. Neisse – Publicité : ATC, 137 quai de Valmy, 75010 Paris – Chef de publicité : Philippe Saint Étienne, Tél. 01 40 05 23 18, e-mail : p.saint-etienne@groupe-atc.com – Publicité nationale : Directeur commercial Mathieu Tournier, Tél. 01 40 05 23 10, fax 01 40 05 23 24, e-mail : m.tournier@groupe-atc.com – Publicités départementales sud-ouest : Thierry (Tél. 06 22 69 30 22) et Cédric Jonquières (Tél. 06 10 34 81 33), fax 05 61 59 40 07, e-mail : thierry.jonquieres@wanadoo.fr – Publicités départementales nord et est : François Bederstorfer, Tél. 03 87 69 18 12, fax 03 87 69 18 14, e-mail : f.bederstorfer@groupe-atc.com – Photographies : Laurent Theeten, responsable image – Promotion diffusion : Shirley Elter, Tél. : 03 87 69 18 18. Tarif d'abonnement 1 an. France : 6 euros. Tarif au numéro : 1 euro. À l'étranger : nous consulter – Conception éditoriale et graphique : TEMA|presse, Tél. 03 87 69 18 01 – Fabrication : Pixel image, I. Marlin, J.-M. Tappert, Tél. 03 87 69 18 18 – Éditeur : ATC, 23 rue Dupont des Loges, 57000 METZ, Tél. 03 87 69 18 18, fax 03 87 69 18 14 – Directeur de la publication : François Grandidier – N° commission paritaire : 0316 T 86957 – ISSN : 1271-3074 – Dépôt légal : juin 2013 – Impression : Groupe Socosprint, 36 route d'Archettes – 88000 Épinal.

PEFC 10-31-1260

Événement
Aisne

Du 16 au 22 mars dernier s'est déroulée la Semaine Nationale de l'Artisanat, qui a regroupé sous un label commun toutes les initiatives locales de promotion de l'artisanat.

RETOUR SUR ...

La Semaine Nationale de l'Artisanat

Événement phare, la Semaine Nationale de l'Artisanat est destinée à rappeler que l'artisanat est au cœur de la vie quotidienne des Français et que les entreprises de ce secteur constituent ensemble la « Première Entreprise de France ». Nombreux ont été les événements organisés par la CMA02 durant cette semaine, qui ont permis de réunir 107 artisans lors de diverses réunions et tables rondes. En bref et en images…

Vendredi 15 mars

Sur Chauny

De 14 h à 17 h : visites de 3 entreprises du Chaunois avec la participation de personnalités locales.

À 18 h : réunion d'échanges avec les artisans locaux et les membres élus de la CMA02 : une réunion riche en échanges où les artisans présents nous ont fait part de leurs préoccupations, besoins et attentes.



La SARL CMF à Saint Gobain, Maurice Fay.



Photos : CMA 02



La SARL AMG (Atelier Mécanique Générale) à Beautor, Mohamed Koulouh.

La SARL DL Equipement, à Chauny, Philippe Leblanc.

Samedi 16 mars

Journée Portes Ouvertes dans les CFA du département

1 285 visiteurs sont venus dans les 3 CFA de la CMA02 et 136 jeunes au CFA du Bâtiment.



Photos : CMA 02



Intéressé par la pâtisserie

Clément Chaudoye est venu de Lizy avec

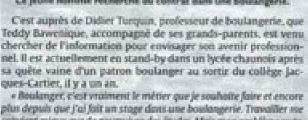
…est venu avec ses parents.

…a cuisine et en particulier la pâtis-…eu à la maison et ne rate jamais …ndants au chocolat. Je passerai …rsuivre jusqu'à la mention com-…as trop vite, calme Corinne, la …s allons nous informer à l'école …de Soissons. Rien n'est encore décidé. »



En quête d'un patron

Le jeune homme recherche du contrat dans une boulangerie.



C'est auprès de Didier Turquin, professeur de boulangerie, que Teddy Bawenique, accompagné de ses grands-parents, est venu chercher de l'information pour envisager son avenir professionnel. Il est actuellement en stand-by dans un lycée chaunois après sa quête vaine d'un patron boulanger au sortir du collège Jacques-Cartier, il y a un an.

« Boulanger, c'est vraiment le métier que je souhaite faire et encore plus depuis que j'ai fait un stage dans une boulangerie. Travailler me convient mieux que de poursuivre des études. Mais mon problème reste, cette année encore, la difficulté de trouver un patron. »



Laon

Centre de formation d'apprentis

Les artisans hésitent à recruter

Mardi 19 mars à 18h15

Table ronde sur les « Femmes chefs d'entreprises et femmes d'artisans »

Avec le collaboration de Nathalie Lobjois, déléguée départementale aux droits des femmes : réunion d'échange au cours de laquelle les femmes chefs d'entreprise et femmes d'artisans ont pu échanger sur leurs préoccupations, avec comme projet de créer un « club » pour pouvoir se retrouver et échanger plus souvent sur des sujets qui les touchent toutes.


URCEL

Vers un club de femmes artisans ?

CMA 02

Jeudi 21 mars à 18h



CMA 02

Réunion d'information sur « Le financement de votre entreprise »

Cette réunion a permis aux partenaires financiers participants de présenter aux chefs d'entreprise les solutions pour mener à bien leurs projets de développement et les aider à renforcer leur trésorerie.

Présentation par la CMA de l'Aisne des aides financières à l'investissement.





Vendredi 22 mars

Sur Château-Thierry

De 14h à 17h : visites avec des personnalités locales de trois entreprises : deux entreprises de mécanique générale (entreprise Bister à Fere en Tardenois et les Anciens Établissements Mercier à Château-Thierry) et une entreprise de soins esthétiques, (SAS La Parfumerie de la Tour, Béatrice Petit, à Château-Thierry).


Entreprise Bister


Photos : CMA 02

Anciens Établissements Mercier

Parfumerie de la Tour

À 18 h : réunion d'échanges, au CFA de la CMA02 à Château-Thierry, avec les artisans locaux et les membres élus de la CMA02 : une réunion riche en échanges où les 13 artisans présents nous ont fait part de leurs préoccupations, besoins et attentes.

L'accompagnement des artisans face à des difficultés de trésorerie

Dans le cadre de la SNA, la CMA de l'Aisne a organisé le 11 avril dernier une réunion pour aider les chefs d'entreprise qui, face à une baisse d'activité ou encore des impayés, rencontrent des difficultés de trésorerie.

Le maître mot de cette réunion était « **Mieux vaut Prévenir que Guérir** », dans le sens où toute difficulté de trésorerie apparaissant dans l'entreprise est à gérer **en amont et non pas en aval**. Plus on attend et plus la situation s'enlise pouvant devenir parfois catastrophique.

Une vingtaine de dirigeants étaient présents et ont été informés sur les dispositifs d'aide existants tels que la médiation du crédit présentée par la Banque de France, dont l'objectif est de faciliter l'accès au crédit.

Sont également intervenus :

- La Direction Départementale des Finances Publiques qui peut accorder un étalement du paiement des charges fiscales et sociales.
- La Direction du Travail et de l'Emploi pour présenter la procédure de mise en place d'une activité partielle (ou chômage partiel) quand l'entreprise connaît une baisse d'activité.
- Le RSI qui propose la mise en place d'échéanciers, voire une prise en charge partielle des cotisations sociales.

Enfin, le Président du Tribunal de Commerce de Saint-Quentin a tenu à rappeler le rôle des juges consulaires qui sont à l'écoute des chefs d'entreprise, et l'intérêt de solliciter l'ouverture d'une procédure afin d'éviter la cessation définitive de l'activité.

En 2012, Lachambre demétiers et de l'artisanat de l'Aisne, qui assure auprès des artisans un rôle d'interface avec tous ces organismes, a accompagné plus de 200 chefs d'entreprise à la suite d'une situation difficile. Et comme l'a rappelé le président Charles Colvez, ***« plus un chef d'entreprise va réagir tôt, plus il sera possible de trouver des solutions pour l'aider »***.

La CMA de l'Aisne, partenaire actif au cœur de ces dispositifs, vous invite à prendre contact avec le service d'Actions économiques pour mettre en place un accompagnement adapté à votre situation.

CONTACT :
Ludivine Baclet
service d'action économique
au 03 23 21 86 98
l.baclet@cma-aisne.fr



NOS APPRENTIS SONT PROMETTEURS !

Cette année encore les apprentis des CFA de la CMA02 ont obtenu des résultats remarquables aux différents concours auxquels ils ont participé. Petit tour d'horizon…

Rose de Picardie



Photos : CMA 02

Après l'apprentie du CFA de Laon Ingrid Pichard en 2012, c'est Marion Lejuste, apprentie au CFA de La Capelle qui a remporté cette année le concours de la Rose de Picardie. Ce concours de coiffure régional est composé de multiples épreuves : coiffure de ville brushing, coiffure de mariée, boîte mystère, coiffure masculine et coiffure fantaisie et s'est déroulé le 3 mars dernier à St Quentin devant un public nombreux et très intéressé par les réalisations techniques et artistiques.

Concours Meilleur Apprenti de France



En boulangerie (2e), boucherie (4e) et charcuterie (3e), nos apprentis ont défendu les couleurs du CFA en donnant le meilleur d'eux-mêmes, ils doivent être félicités et encouragés à continuer à s'impliquer ainsi dans leur métier.
En pâtisserie, Stéphane Nice, apprenti en MC chez M. Rassin à Paris a remporté la finale régionale et fini brillamment à la 4e place de la finale nationale qui s'est tenue le 18 mars 2013 à Toulon. Bravo à lui et aux formateurs, tant du CFA que de l'entreprise.

Les autres concours



Afin de valoriser les jeunes, le CFA, nos métiers et l'apprentissage, les CFA de la CMA02 participent à de nombreux concours.
Cette année, en plus des habituels challenges BMW (1er en 2012) et Défi Bun's, le CFA a participé pour la 1re fois au concours « Goût et Santé » organisé par la MAAF.
Non sélectionnés pour la finale nationale, nos apprentis boulangers doivent cependant être félicités pour la qualité de leurs recherches et de leurs productions.

Les Parcours Découverte Apprenti



Organisés par le Conseil Régional de Picardie, les parcours découverte permettent aux apprentis de bénéficier de l'accompagnement d'une association à caractère culturel pour mener à bien un projet. Ainsi nos 3 CFA ont pu s'inscrire dans ce nouveau dispositif qui remplace la manifestation « Pub sur Scène ».

- À Laon, avec le soutien de l'association Bulldog, une web série est en cours de réalisation par nos jeunes préapprentis.
- À La Capelle, c'est l'Orchestre Régional de Picardie qui est venu au CFA puis qui a accueilli pour une répétition et un concert les jeunes du CFA.
- À Château-Thierry, c'est la danse contemporaine qui est expérimentée avec la Compagnie des Lucioles.



La plaquette formation du 2nd semestre 2013 est à votre disposition !
N'hésitez pas à la demander à notre service formation au 03 23 21 86 88 ou formation@cma-aisne.fr



DR

Les formations en apprentissage

Le contrat d'apprentissage

Une formation en alternance



Public
- de 16 à 25 ans
- Dès 15 ans après la 3e

Type de contrat
- CDD
- en alternance (33 à 50 % du temps en formation)

Aides aux employeurs
- Indemnité Compensatrice Forfaitaire (ICF) versée par le Conseil Régional
- Crédit d'impôt

Rémunération

Age du jeune	Salaire de référence	1re année	2e année	3e année
Moins de 18 ans	SMIC	25 %	37 %	53 %
De 18 à 21 ans	SMIC	41 %	49 %	65 %
21 ans et plus	SMIC	53 %	61 %	78 %

Pour plus de précisions, contactez le CFA au 03 23 23 16 70

Les formations en apprentissage au CFA de la CMA 02

Niveau :	VI	V		IV		
	Préapprentissage DIMA*	CAP	MC	BP	BTM	BAC PRO
Boulangerie	x	x	x	x		
Pâtisserie	x	x	x		x	
Boucherie	x	x		x		
Charcuterie traiteur	x	x	x	x		
Coiffure	x	x	x	x		
Mécanique Auto	x	x				x
Mécanique Moto	x	x				
Carrosserie	x	x				x
Peinture	x	x				
Parcs et Jardins	x	x				x
Esthétique	x	x		x		

* Dispositif d'initiation aux métiers en alternance

Les formations en contrat de professionnalisation

Le Contrat de professionnalisation

Une formation en alternance



Public
- de 16 à 25 ans
- De 26 ans et plus

Type de contrat
- CDD ou CDI avec une période de professionnalisation
- en alternance (15 à 25 % du temps en formation)

Aides aux employeurs
- Allégement des cotisations patronales

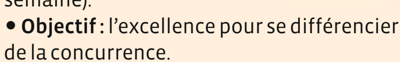
Rémunération

Age du jeune	Salaire de référence
Moins de 21 ans	65 % du SMIC
De 21 à 25 ans	80 % du SMIC
26 ans et plus	80 % du SMIC

Pour plus de précisions, contactez le CFA au 03 23 23 16 70

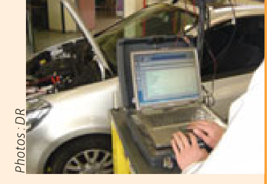
Les formations

Brevet de Maîtrise Coiffure
- **Durée :** 672 h dont 182 h de formation professionnelle pratique et 490 h de formation générale sur 2 ans (1 à 2 jours/semaine).
- **Objectif :** l'excellence pour se différencier de la concurrence.



Le CQP Technicien Expert Après-Vente Auto*
- **Durée :** 675 h de formation pour devenir un véritable expert du diagnostic.

*Sous réserve accord de l'ANFA.


Photos : DR

AISNE AVENIR

AGIR POUR LE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE DE NOS TERRITOIRES

L'AISNE EN CHIFFRES

- **36 000** entreprises[1]
- **177 000** emplois
- **50** entreprises de renommée internationale
- **30** grands noms de l'agro-alimentaire
- **3 080 M€** d'exportations (2012)[2]
- **3** pôles de compétitivité
- **4** centres de recheche
- **25** brevets déposés (2011)[3]
- **1er** producteur de blé tendre et de betteraves industrielles (2011)[4]
- **2e** producteur de salsifis, d'oignons de couleur et de fèves (2011)[4]
- **2** AOC: le Champagne et le Maroilles
- **508 428** nuitées marchandes en hôtels et camping (2011)[5]
- **4 893** étudiants en enseignement supérieur (2011)[6]
- **3 811** jeunes en apprentissage (2011)[6]
- **2 856** créations d'entreprise (2012)[7]

1 Au sens d'établissements
2 Les douanes
3 INPI
4 Agreste statistique agricole
5 CRT 2010 / INSEE DADS 2007
6 Académie d'Amiens
7 INSEE / Sirene

CONTACT :
83 bd Jean Bouin, BP 630,
02322 St-Quentin Cedex
Tél. : 03 23 06 02 08
aisne-avenir@aisne.cci.fr
www.aisne-avenir.com

Quand les chambres consulaires s'engagent pour l'avenir de l'Aisne

« L'union de nos secteurs économiques, travaillant dans le même sens : voilà ce qui fait la force de notre département ! », tel est le sentiment fort que partagent les présidents des chambres consulaires. Pas question de céder au défaitisme, car l'économie de l'Aisne a des atouts majeurs.

Non seulement ils ont foi dans notre département, mais ils sont convaincus que les leviers fonctionnent pour favoriser le développement et l'activité. Cette certitude prend vie au travers du projet destiné à relever les défis économiques et sociaux que porte l'Interconsulaire, désormais baptisée Aisne Avenir.



Les trois présidents le soulignent : il ne s'agit pas d'un nouvel objectif mais bien d'aller plus loin et de porter plus haut le message des entreprises.

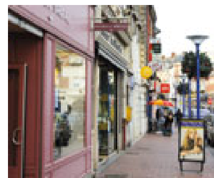
Première priorité de ce projet : cultiver l'entrepreneuriat. Cela passe par des actions dans des domaines tels que la création reprise, le développement du numérique ou encore la promotion de l'innovation. Comme le confirme le président de la CCI de l'Aisne, Charles Ribe, *« l'entreprise et l'entrepreneur sont au centre de cette dynamique.*
Nous comptons nous appuyer sur des entreprises qui réussissent pour entraîner les autres ». La deuxième priorité porte sur la formation et les compétences. Pour le président de la CMA de l'Aisne, Charles Colvez, *« l'économie de l'Aisne a besoin de s'appuyer sur une main-d'œuvre qualifiée. On y parviendra en développant l'alternance et l'apprentissage et en facilitant l'accès à l'emploi ».*

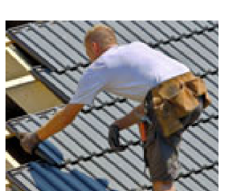
Le président de la Chambre d'Agriculture et d'Aisne Avenir, Philippe Pinta, compte aussi sur un maillage efficace des territoires. Ce troisième volet du projet devrait permettre, grâce aux élus de terrain, d'identifier les besoins et les réalités de chaque zone d'emploi. L'intervention d'Aisne Avenir se fera dans des domaines aussi variés que l'aménagement, l'énergie ou encore le tourisme.

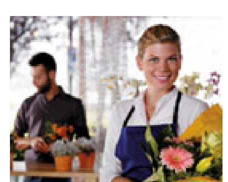
Réponses concrètes et pistes de développement

« Nous réunissons les expertises et les compétences pour anticiper les changements et pour trouver de nouveaux débouchés. Nous mobilisons les savoir-faire pour apporter des réponses concrètes et des pistes de développement réalistes », souligne Philippe Pinta. *Les trois présidents insistent sur un point central de cette action : « nous voulons faire entendre la voix de celles et ceux qui entreprennent ».* Premier effet concret de cette volonté, l'image de l'entreprise dans l'Aisne est clairement dynamique !







Photos : DR

25e CONCOURS

« UN DES MEILLEURS OUVRIERS DE FRANCE »

Jusqu'au 30 septembre pour vous inscrire !

Reflet de l'excellence, le concours Meilleur Ouvrier de France (MOF) symbolise, « *un univers de femmes et d'hommes, riches de multiples talents, passionnés et investis, représentant avec fierté tous les domaines de l'artisanat, de l'industrie et des services.* »

Artisan, vous avez 23 ans révolus et souhaitez vous surpasser dans votre domaine de compétences ? Dépêchez-vous de vous inscrire avant le 30 septembre prochain au concours MOF !

Vous pouvez vous inscrire auprès de votre commissaire départemental, ou directement en ligne sur le site du COET (www.meilleursouvriersdefrance.org)
Vous êtes intéressé par ce concours ?
N'hésitez pas à nous contacter pour avoir plus d'informations !

Commissaire départemental Aisne :
Charles Colvez, président de la CMA02

CONTACT CMA02 :
Odile Corlieu au 03 23 21 86 86, o.corlieu@cma-aisne.fr



Interview de Didier Quentin, maître verrier


DR

Le concours du Meilleur Ouvrier de France s'adresse aux professionnels passionnés par leur métier ayant déjà acquis une bonne expérience, un solide savoir-faire ; être à la recherche constante de l'amélioration, de la nouveauté et de la créativité. Passer le concours est une expérience unique, une façon d'aller jusqu'au bout de soi, de se dépasser. Le fait de passer à la vitesse supérieure est très stimulant. D'abord, il y a l'enthousiasme, et sincèrement quand on découvre le sujet, on comprend qu'il va falloir s'organiser sérieusement pour gérer sa vie professionnelle, sa vie de famille et le temps à consacrer à l'épreuve. On a le temps, mais ça passe vite. Au niveau de la vie de famille, il faut être bien soutenu par son entourage, sinon ça ne marche pas.

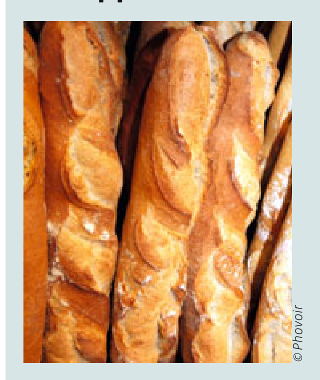
Rester zen de façon à ce que l'expérience soit positive pour tout le monde, le contraire d'un stress permanent. J'ai envie de dire, que c'est un défi que l'on relève avec sa famille, surtout pas contre. Si on ne réussit pas, il ne faut pas hésiter à se représenter la session suivante, mieux préparé.

Beaucoup des Meilleurs Ouvriers de France ont passé deux fois le concours… Quand la réussite est là, il y a la reconnaissance, mais loin de s'endormir sur ses lauriers, il faut être chaque jour à la hauteur de son titre, c'est un devoir. Je garde un très bon souvenir de cette épreuve, beaucoup de travail, c'est vrai, mais également beaucoup de plaisir et c'est surtout cela qu'il reste.

Actualités

Boulangerie

Un guide pour répondre aux appels d'offres


© Phovoir

L'INBP, pôle d'innovation pour l'artisanat et les petites entreprises du secteur de la boulangerie-pâtisserie, a édité un guide pour aider les artisans boulangers à répondre à des appels d'offres d'acheteurs publics locaux. Ce guide explore la question sur 25 pages. Il présente les bases de la commande publique, puis explique comment répondre à un marché public. Pour cela, il présente le schéma général d'une procédure, *« quelques termes à connaître avant de se porter candidat »* ainsi que des précisions sur la fourniture de pain aux collèges et lycées. On y trouve également un cas concret de marché public type MAPA (< 90 000 € HT) très détaillé. Une partie précise comment répondre seul ou à plusieurs aux appels d'offres. Enfin, le guide présente plusieurs témoignages de boulangers fournissant à titre individuel ou à plusieurs avant de terminer par les points clefs à retenir.

CONTACT :
Le guide est disponible gratuitement en ligne sur le site de l'INBP : www.inbpinnov.com

ANNIVERSAIRE

LE STATUT DE SOCIÉTÉ COOPÉRATIVE ARTISANALE A 30 ANS

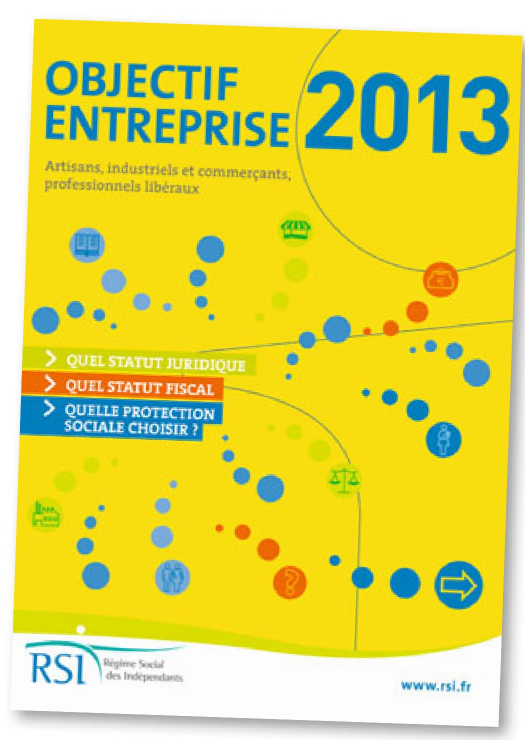
La FFCGA (Fédération française des coopératives et groupements d'artisans) célèbre cette année les 30 ans de la loi du 20 juillet 1983 portant sur le statut des sociétés coopératives artisanales. Point d'orgue de cette année anniversaire : les Assises de la Coopération Artisanale, organisées le 18 juin à Nanterre sous le parrainage de Sylvia Pinel, ministre de l'Artisanat, du Commerce et du Tourisme, et de Benoît Hamon, ministre délégué à l'Économie Sociale et Solidaire et à la Consommation. Cet événement associait l'ensemble des familles coopératives ainsi que les partenaires de la FFCGA, dont l'Assemblée permanente des chambres de métiers et de l'artisanat. Ces assises ont été clôturées par la remise des Prix de la Coopération Artisanale, créés pour l'occasion. Ce nouveau concours vise à valoriser, par l'exemple, le caractère innovant et structurant de l'organisation des entreprises artisanales en coopérative, tant sur le plan de la stratégie économique, technologique que sociale.

CONTACT :
www.ffcga.coop

CRÉATION-REPRISE

« Objectif entreprise 2013 », un outil d'aide à la décision

Le Régime Social des Indépendants (RSI) vient d'éditer un guide à destination des futurs créateurs ou repreneurs d'entreprise artisanale, industrielle, commerciale ou libérale, intitulé « Objectif entreprise ». Outil d'aide à la décision, il peut intervenir en complément d'une étude personnalisée effectuée par un spécialiste du conseil.



« Objectif entreprise » s'articule autour de trois questions clés pour créer ou reprendre une entreprise : Quel statut juridique pour l'entreprise et pour son dirigeant ? Quel statut fiscal pour l'entreprise et pour son dirigeant ? Et quelle protection sociale pour le chef d'entreprise et sa famille ? Le guide est disponible dans l'espace téléchargement du RSI (brochures thématiques / création d'entreprises).


CONTACT :
www.rsi.fr

Publication annuelle des comptes

Procédures simplifiées pour les TPE

Le gouvernement a annoncé le 18 avril dernier l'allégement des obligations comptables pour les plus petites entreprises. Les TPE – c'est-à-dire remplissant au moins deux des trois critères suivants : total de bilan de moins de 350 k€, chiffre d'affaires net inférieur à 700 k€ et moins de 10 salariés –, seront dispensées d'établir l'annexe qu'elles devaient produire en plus du bilan et du compte de résultat. Elles continueront d'établir une comptabilité exhaustive et fiable et de déposer leurs comptes au greffe sans que, désormais, ceux-ci soient rendus publics. Cette mesure concerne environ 1,4 million d'entreprises. Par ailleurs, les entreprises employant moins de 50 salariés auront la possibilité d'établir un bilan simplifié ; le seuil était auparavant fixé à moins de 20 salariés. Ces mesures de simplification, prises dans le cadre du Pacte de compétitivité, devraient aussi permettre aux start-up et TPE françaises de préserver la confidentialité de leurs activités. Elles sont en effet astreintes à des obligations de publication nettement plus contraignantes que celles auxquelles sont assujetties leurs concurrents de l'Union européenne et des principaux États extracommunautaires.

Sources : ministère de l'Économie et des Finances, D2IE.

RHÔNE-ALPES

UNE APPLICATION SMARTPHONE POUR LES ARTISANS

Le réseau des CMA Rhône-Alpes a développé une application smartphone gratuite (Android, IOS, Windows Phone et tablettes) dédiée aux artisans de la région. Les dirigeants disposent désormais, partout et à tout moment, d'informations sur la conjoncture économique de l'artisanat, l'actualité des entreprises rhônalpines, les filières et les secteurs d'activité. L'application relaie aussi l'actualité des CMA du réseau. Son lancement fait suite à la mise en place en 2012 d'un outil de veille stratégique pour les ressortissants rhônalpins. Baptisé Avise, de dispositif stratégique inédit en France permet aux artisans de disposer d'informations via un portail Internet, des newsletters, des ateliers thématiques. Canaux auxquels vient aujourd'hui s'ajouter l'application smartphone.

APPLICATION DISPONIBLE SUR :
Google Play, Windows Phone Store ou App Store en tapant CRMA Rhône-Alpes.

ZOOM SUR...

L'UNIVERSITÉ RÉGIONALE DES MÉTIERS ET DE L'ARTISANAT



Labellisée par l'Assemblée Permanente des CMA en décembre 2012, l'Université Régionale des Métiers et de l'Artisanat (Urma) de Picardie est un outil dynamique au service de la formation pour l'artisanat.
Elle est un réseau, rassemblant tous les acteurs de la formation pouvant concourir au renforcement de l'artisanat et de ses métiers, et visant à développer les filières de formation du secteur, de l'apprentissage jusqu'à l'enseignement supérieur.
L'Urma de Picardie est une université « hors murs » qui mutualise et coordonne l'offre de formation initiale et continue afin d'apporter des réponses pertinentes :

- aux besoins en compétences des entreprises artisanales, en valorisant les potentialités de carrières dans l'artisanat,
- aux projets professionnels des personnes, notamment par la construction de parcours de formation individualisés,
- aux besoins de chaque territoire en termes de formation.

C'est ainsi un outil opérationnel au service des jeunes, des apprentis et des artisans dont les objectifs seront de :

- former les dirigeants et les salariés des entreprises artisanales de demain,
- inciter les jeunes à se tourner vers le secteur des métiers,
- valoriser l'apprentissage,
- proposer une offre de services efficace et réactive pour les artisans,
- accompagner la création et la reprise d'entreprise avec des parcours pointus et personnalisés,
- diffuser l'innovation dans le secteur des métiers.

Dans le cadre de la mise en œuvre de l'Urma, la démarche partenariale a été lancée avec tous les partenaires potentiels tels que le conseil régional de Picardie, la Direction régionale de l'entreprise, de la concurrence, de la consommation, du travail et de l'emploi (Direccte), le Conservatoire national des arts et métiers de Picardie (Cnam), l'Iream (CFA associatif de la Somme), le CFA BTP, les organisations professionnelles et patronales (FFB, Capeb, Cnams, CGAD, CNPA, IUMM, CGPME, Medef, UPA), Pôle Emploi, l'Arifep (le réseau des missions locales), l'Université de Picardie Jules Verne, etc.
Elle sera tout à la fois un lieu d'information et d'orientation, de formation, initiale et continue, et un centre de ressources pour les artisans et futurs artisans et leurs salariés.

CONTACT
CRMA : Ludivine Flet au 03 60 12 72 00

Concours « La Rose de Picardie »

Le triomphe de Marion

La jeune Marion Lejuste, apprentie au CFA de La Capelle (02), a remporté, le 3 mars dernier, le Concours de « La Rose de Picardie », un concours de coiffure régional d'un haut niveau, organisé à Saint-Quentin.
Marion a séduit le jury dans la catégorie « coiffure fantaisie », avec une création d'une originalité absolue : une coiffure moitié homme, moitié femme, chignon versus cheveux ras.
« Je voulais réaliser un truc complètement décalé, m'éclater sur une idée foldingue capable de subjuguer les examinateurs », nous confiera la lauréate.



PHOTOS : DR

La concurrence était sévère : plus de 38 candidates, venues du Nord, de la Somme, de l'Aisne, de l'Oise… disputaient le titre très envié.
Bravo à Marion et bonne continuation !



LE RSI SIMPLIFIE LA DÉCLARATION DE REVENUS…

LA DÉCLARATION SOCIALE DES INDÉPENDANTS

Le Régime Social des Indépendants (RSI) met à votre disposition un nouveau formulaire de déclaration des revenus professionnels : la déclaration sociale des indépendants (DSI). Cette déclaration obligatoire annuelle permet d'établir la base de calcul de toutes les cotisations et contributions sociales personnelles obligatoires des travailleurs indépendants : maladie, maternité, vieillesse, invalidité-décès, allocations familiales, CSG et CRDS.

Un nouveau formulaire plus simple et plus rapide à remplir

Jusqu'alors appelé déclaration commune des revenus (DCR), le nouveau formulaire se nomme dorénavant déclaration sociale des indépendants (DSI). La DSI facilite la déclaration des revenus professionnels et permet aux chefs d'entreprise indépendants ou à leurs tiers déclarants (experts-comptables, organismes de gestion agréés) de gagner du temps : moins de rubriques à compléter et le format papier comporte deux pages contre quatre auparavant.

Pour rappel, ce dispositif :

- offre deux modes de déclaration possibles : par papier ou en ligne ;
- permet de remplir une seule déclaration pour l'ensemble des activités professionnelles.

Les avantages de la déclaration en ligne

En déclarant en ligne sur **www.net-entreprises.fr**, les chefs d'entreprise indépendants :

- disposent de 15 jours supplémentaires pour déclarer (11 juin au lieu du 27 mai pour le formulaire papier) ;
- bénéficient de contrôles qui sécurisent la saisie des données obligatoires et leur cohérence ;
- peuvent imprimer et enregistrer un accusé de réception officiel attestant que leur déclaration est effective ;
- peuvent opter pour la régularisation anticipée de leurs cotisations sociales personnelles 2012.

Mon compte

Un service en ligne pour les assurés du RSI

Le Régime Social des Indépendants met, depuis le 1er janvier 2012, à la disposition des artisans et commerçants un service en ligne : *Mon compte*. Celui-ci offre aux assurés du RSI un bouquet de téléservices qui leur assure gain de temps pour l'activité de leur entreprise et simplification des démarches relatives à leur protection sociale.

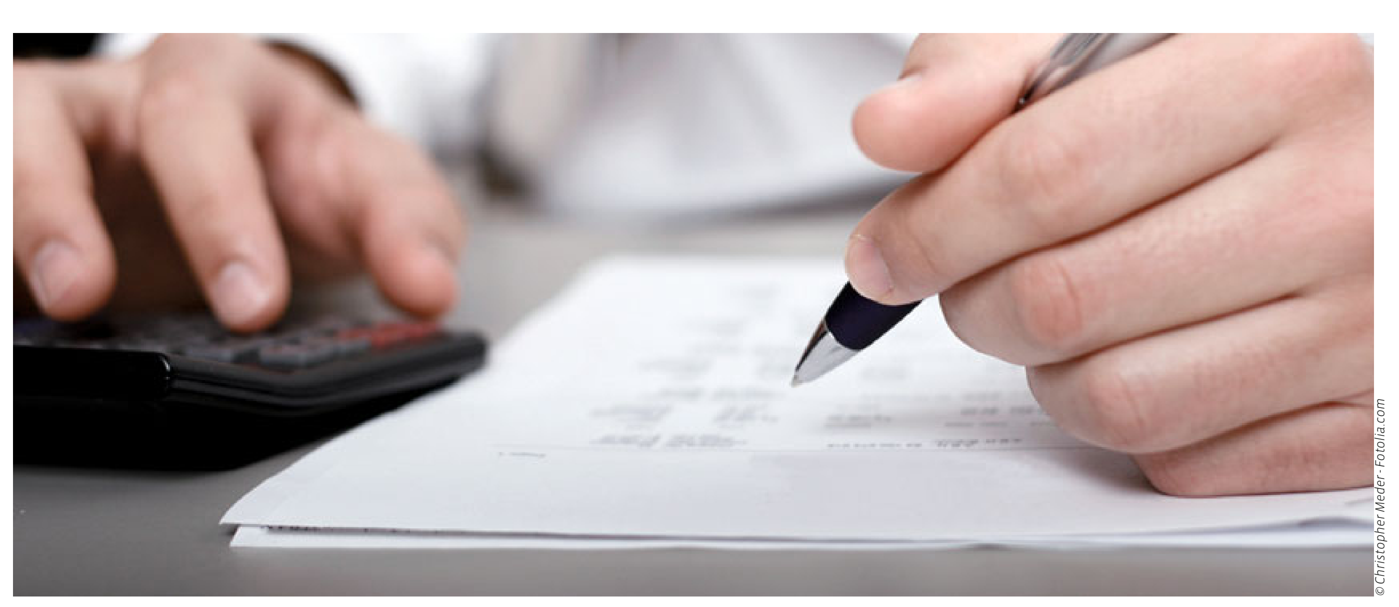
Mon compte : mode d'emploi

Mon compte est facile à créer :

- se rendre sur le site www.rsi.fr ;
- accepter les conditions générales d'utilisation ;
- renseigner les champs (numéro de Sécurité sociale, nom, prénom et date de naissance) ;
- renseigner une adresse courriel valide ;
- cliquer sur le lien de confirmation envoyé par courriel.

Mon compte est consultable instantanément et accessible depuis un téléphone mobile ou une tablette. Pour accompagner les assurés dans leurs démarches en ligne, une **foire aux questions** sur le site Internet www.rsi.fr ainsi qu'un numéro vert (08 11 70 10 22) sont mis à leur disposition.





© Christopher Meder - Fotolia.com



Ils ont souvent commencé très jeunes leur activité, et ils la poursuivent après l'âge légal de la retraite. Quelles « piles » font durer « vraiment plus longtemps » ces artisans retraités ? Enquête sur leurs motifs et motivations.

Ces artisans persistants

« J*e me lève pour ça le matin, et le soir je n'arrive pas à sortir de mon atelier* », raconte Lison de Caunes, 65 ans, maître d'art en marqueterie de paille à Paris. Il semblerait que certains professionnels, comme elle, atteignent une forme d'harmonie où le travail n'est plus considéré comme une obligation. « *C'est mon plaisir* », précise celle qui a ressuscité un savoir-faire oublié. Quand on voit sa matière première (la paille) et les produits finis (meubles et petits objets décorés), quelque chose d'immatériel saute aux yeux : le talent.

La force de la passion

« *Je suis artiste* ». Lucie Dubuy, 78 ans, doreuse et peintre-décorateur sur porcelaine, se définit ainsi. Son activité est constitutive de sa personne : « *Seule la mort m'arrêtera* ». Cette vision n'est pas celle d'une nantie, loin de là. « *Depuis un bout de temps, je ne fais pas de bénéfice. Le 11 septembre 2001 a marqué pour moi le début de la débandade.* » Elle travaillait principalement pour des grossistes dont la clientèle américaine, friande de ses peintures d'inspiration XVIIIe, a disparu petit à petit. Le talent est protéiforme et peut se manifester partout où la volonté sous-tend la maîtrise d'une technique. Cependant la passion qu'il suscite parfois semble plus l'apanage des métiers rares et/ou artistiques. « *J'aime mon métier, mais je suis fatigué* », confie ce boulanger de 68 ans en activité.

La notion d'héritage peut renforcer la plénitude d'une activité connectée avec l'intemporel. « *Ma passion, mes loisirs, c'est mon boulot* », martèle Christian Pingeon, maître ébéniste à Paris (boiseries sculptées, parquets de Versailles...). « *Je suis la quatrième génération d'une entreprise qui date de 1841. Je suis né dans les copeaux, j'ai réalisé ma première œuvre à 12 ans, ai commencé avec mon père, ai été compagnon du tour de France...* ». Cet atavisme peut aussi être un poids, et cet expert aux tribunaux sait par exemple qu'il est le seul en France à faire ce qu'il fait. Aura-t-il un successeur ?



© DR

Christian Pingeon, maître ébéniste, est *« né dans les copeaux »*.

La transmission

Cette question taraude les artisans et les oblige souvent à travailler plus longtemps. « *Je continue pour une seule raison : je n'arrive pas à vendre mon affaire* », pointe Jean-Marie Besançon, 68 ans, boulanger-pâtissier à Saint-Dalmas de Valdeblore (Alpes-Maritimes). Et pourtant il en a eu, des contacts... « *Nous sommes mêmes passés sur TF1 !* » Son diagnostic ? « *Les reprises sont difficiles à négocier car il y a beaucoup moins de vrais patrons capables de faire tourner un commerce. Le travail fait peur ; l'Éducation nationale ne s'occupe pas bien de nos métiers.* » Il gère pourtant une « *très belle affaire* », qui rapporte. Mais il n'est pas prêt à brader le fruit de ses investissements (laboratoire ultramoderne) et de son goût du travail bien fait. Claude Gilson, 61 ans, boulanger-pâtissier à Marange-Silvange (Moselle) a de la chance ; il attend que son fils aîné ait fini de se former pour reprendre avec son frère cadet, déjà en poste, l'affaire paternelle. « *Je resterai avec eux une bonne année, le temps qu'ils prennent leurs marques* ». Pas de repreneur non plus pour Anne Hoguet, 67 ans, qui exerce le métier rare d'éventailliste (Paris). « *J'ai formé quelques élèves mais ils se sont installés. Je veux céder mon fonds à quelqu'un que je sente bien.* » La perle rare tarde à venir. « *Je me suis donnée jusqu'à 70 ans pour trouver.* » Quand le métier est pointu, la transmission du savoir-faire, qui peut déboucher sur celle d'une affaire, revêt une importance capitale. Pour Claude Delhief, sis à Tréveneuc (Côtes-d'Armor), unique



© Sophie Bassouls

Lison de Caunes, 65 ans, travaille par plaisir et par passion.



© DR

Anne Hoguet, éventailliste, s'est donnée jusqu'à 70 ans pour transmettre son activité.

maître d'art et MOF en glyptique (gravure de pierres par abrasion), la formation est un devoir moral. Il a formé pendant 17 ans un disciple reconnu et reçoit des élèves quatre fois par semaine.

Une retraite « *vitale* » et pesante à gérer

Les artisans s'avouent parfois embêtés et déconnectés des contraintes administratives liées à leur retraite. Sur fond de crise, celle-ci n'est pourtant pas anodine. « *Je me sens comme quelqu'un qui nage dans la mer, et à qui on a jeté une bouée de sauvetage trop petite* », explique Reinhard von Nagel, qui crée et entretient des clavecins à Paris. À 78 ans, il travaille pour subvenir aux besoins de sa famille. « *Je n'ai pas le droit de vieillir ni de mourir ; je dois tenir encore quatre ans pour assurer l'avenir de mes enfants.* » Si la retraite est un élément de confort, elle n'est pas suffisante. « *Je ne fais pas de bénéfices depuis 5 ans.* » Reinhard a fait valoir ses droits à 65 ans et ce ne fut pas facile ; il dénonce un « *système opaque* ». « *Nos soucis économiques sont permanents et on se sent traités comme des délinquants par les organismes sociaux* ». La retraite ne rend pas forcément plus serein ; « *elle me sert à payer les charges ; il ne me reste pas plus à la fin du mois...* », déplore Anne Hoguet. Lucie Dubuy vit aussi grâce à sa maigre retraite, arrivée tard puisqu'elle s'était arrêtée un temps pour se consacrer à la peinture. Parcours hachés, itinéraires incluant plusieurs statuts... Les reconstitutions visant à faire valoir leurs droits sont parfois mouvementées pour les artisans.

Malgré un contexte économique difficile, ce qui reste frappant, c'est que l'envie de créer ne diminue pas avec l'âge. « *J'ai encore des choses à apprendre, à développer ; comme le portrait sur porcelaine* », confie Lucie (78 ans). « *Je n'aurais jamais le temps de réaliser tout ce que je souhaite...* », soupire Claude Delhief (75 ans). L'impulsion et la jeunesse d'esprit sont bien là. Que les jeunes désabusés en prennent de la graine !

Sophie de Courtivron

Il a pris sa retraite... anticipée

Gérard Hasse, est retraité depuis le 1er janvier 2013. Or, il n'a que... 58 ans. « *J'ai commencé à travailler à 14 ans et 10 mois* », explique ce boulanger-pâtissier de Moulins-St-Pierre (Moselle). « *Pour bénéficier de la retraite anticipée, il fallait que j'aie 5 trimestres cotisés et validés avant le 31 décembre de l'année de mes 16 ans. Si je n'en avais eu que 4, j'aurais dû attendre l'âge légal.* » Il reconnaît avoir été très bien renseigné sur tous ces points par le RSI. Ce jeune retraité a une autre particularité : il a décidé de continuer à travailler pour rembourser ses crédits. Cependant, comme il n'a pas l'âge légal de départ à la retraite, son revenu professionnel est plafonné. Sa femme ayant le statut de conjoint collaborateur, il ne prend pas en compte l'intégralité de son bénéfice. « *Si j'avais été tout seul, je n'aurais pas pu continuer* », observe-t-il. Plus généralement, depuis le 1er janvier 2009, les retraités qui le souhaitent peuvent désormais cumuler, sans restriction, leur retraite de base et complémentaire et le revenu d'une activité professionnelle.

CONDITIONS ET RENSEIGNEMENTS :
www.rsi.fr



© DR



© DR

« *Je me sens comme quelqu'un qui nage dans la mer, et à qui on a jeté une bouée de sauvetage trop petite.* »
Reinhard von Nagel, facteur de clavecins , 78 ans

Installée depuis 2005 à Bucy Le Long, aux portes de Soissons, France Nuanciers est spécialisée dans la fabrication de nuanciers, échantillonnage, et plus généralement dans la confection d'outils publicitaires.



DR

INTERVIEW DE GUY CRONIER, FRANCE NUANCIERS À BUCY LE LONG

France Nuanciers, une entreprise qui investit en temps de crise...

Initialement, Guy Cronier, le gérant, a commencé en travaillant dans l'agencement de magasins, pour partir en 1990 rejoindre son ex-beau père pour créer une entreprise d'échantillonnage de textiles.
Leurs nuanciers connaissent un succès immédiat auquel concourent des pointures internationales telles que Boussac ou les stores Dickson Constant. Mais la crise de la filière textile sévissant, Guy Cronier, en 1995 lorsqu'il reprend la succession de son ex beau père, doit réorienter l'entreprise : autre concept publicitaire, autres clients, France Nuanciers prend le train de la publicité sur le lieu de vente (PLV). Ses clients deviennent essentiellement les fabricants de matériaux pour le bâtiment et les grandes surfaces de bricolage pour qui il fait de nombreux supports publicitaires. La force de cette société réside principalement dans son savoir-faire, sa capacité à innover et son culte de la réactivité.
Aujourd'hui, l'entreprise est implantée sur 2 000 m² et comporte 11 salariés, un effectif en évolution constante qui s'explique essentiellement par le fait que 70 % de l'activité de France Nuanciers est une activité manuelle (assemblage, découpage, collage, peinture...).

Nombreux sont les investissements réalisés par Guy Cronier...

En termes de matériels, le dernier investissement en date cette année est la fabrication d'une machine capable de coller les échantillons peints sur des supports de plus grande surface à une cadence élevée : *« un investissement de 90 000 € pour aller plus vite »*, nous dira le gérant.
Qu'il s'agisse du domaine de la production, du commercial, du social ou autre, Guy Cronier est toujours sur tous les fronts, toujours positif et persuadé que dans un contexte économique morose, inutile de se lamenter sur la crise, il faut *« agir et réagir efficacement, se bouger être toujours en quête de nouveaux marchés »*.
À préciser que France Nuanciers a été sélectionnée par le jury départemental Stars & Métiers mi mars dernier dans la catégorie Stratégie Globale d'Innovation, catégorie dans laquelle l'innovation est un pilier de la stratégie de l'entreprise.
Bonne continuation M. Cronier !



DR

CONTACT :
Service d'Action économique :
03 23 21 86 98,
serv.eco@cma-aisne.fr



© Maison Heurtault

Pour la Maison Heurtault (ombrelles et parapluies haut de gamme) comme pour Laulhère (bérets – en médaillon), le « made in France » est un argument incontournable.

COMMUNICATION ET SAVOIR-FAIRE

La France, un argument marketing tendance

Les produits français jouissent d'une très bonne image à l'étranger. Ils sont aussi de plus en plus plébiscités sur le territoire national. À l'export, les entreprises artisanales ont tout intérêt à miser sur la notoriété des savoir-faire hexagonaux. Sur le marché intérieur, ce regain de popularité des produits français semble plus conjoncturel, lié notamment à la mondialisation et à la crise économique. Une part grandissante des consommateurs affichant leur volonté de soutenir l'économie française, les artisans peuvent donc se saisir de cet argument « France », même si une tendance de fond plus durable semble se dessiner : le « made in local ».

La France possède une bonne image à l'étranger, ce qui permet à de nombreuses entreprises artisanales issues de différents secteurs d'exporter leurs produits. *« La France véhicule une image relative au luxe, à l'art de vivre, à la qualité, à la gastronomie »*, confirme Alexis Govciyan, directeur de l'ISM (Institut Supérieur des Métiers). *« Pour les EPV* [Entreprises du patrimoine vivant], *dire qu'elles font du made in France reconnu par l'État est associé à une image qui fait rêver à l'étranger, notamment aux USA, en Russie, en Chine. »* Ainsi, chez Laulhère, une entreprise artisanale qui crée des bérets basques, le « made in France » est considéré comme *« un outil marketing vraiment efficace »*. Mark Saunders, le directeur commercial, s'explique : *« On s'en sert beaucoup pour l'export*

□□□ *qui représente 30 % de notre activité, c'est un des éléments les plus pertinents à mettre en avant.* » Aujourd'hui, l'entreprise ambitionne de réaliser 60 % de son chiffre d'affaires à l'export, notamment en s'implantant au Japon, aux États-Unis et au Benelux. Pour stimuler ce développement commercial hors de nos frontières, Mark Saunders a choisi d'apposer la mention « made in France », accompagnée du drapeau français, sur tous les supports possibles, *« du site Internet à l'écusson cousu dans le produit »*. Le fait que Mark Saunders soit Irlandais étant, selon l'intéressé, un atout supplémentaire. *« L'impact est plus fort pour mes clients puisque je défends le "made in France" alors que je ne suis pas Français »*, analyse ce défenseur de la belle facture hexagonale.



© Jacques Boulay

La Maison Heurtault, qui réalise 38 % de ses ventes à l'export, met en avant la fabrication française sur tous ses produits.

Le haut de gamme plébiscité

Pour la Maison Heurtault, qui conçoit de la parasolerie haut de gamme, le « made in France » est également un argument incontournable. « *Nos clients étrangers y sont très sensibles, notamment les Japonais* », confirme Jean-Yves Thibert, associé de Michel Heurtault. Avec 38 % de ses ventes à l'export, l'entreprise met en avant la fabrication française sur tous ses produits. « *Les gens comprennent à quoi cela correspond, particulièrement les étrangers. Ils viennent pour la culture française et l'histoire de l'art français.* » Dans un tout autre secteur, celui du vin, le savoir-faire français est également mondialement connu et reconnu. C'est donc très logiquement que Jérôme Viard, gérant de la Tonnellerie de Champagne-Ardenne, bénéficie d'une très bonne image pour ses produits. « *Les vins français sont élevés dans des tonneaux français. La fabrication française est donc déterminante pour mes clients. C'est un gage supplémentaire de qualité* », note-t-il.

La qualité avant tout

Néanmoins, si le « made in France » possède une bonne image, celle-ci ne suffit pas. Michel Ryckeboer, gérant de l'entreprise Chèdeville-Lelandais, fabricant de tampons pour instruments de musique, le constate bien : « *Ma clientèle est spécialisée, composée à 80 % de luthiers. Ce qui les intéresse, c'est avant tout la qualité* ». S'il réalise 50 % de son chiffre d'affaires à l'export, c'est donc grâce aux savoir-faire déployés au sein de son entreprise et à la qualité des matières premières utilisées. Cependant, « *tout ce qui est sous-traitance des instruments à vent est de tradition française* ». Son implantation géographique s'inscrit donc dans une certaine logique pour ses clients.

Pour Stéphane Teyssier, à la tête des salaisons Teyssier : « *avec l'origine d'Ardèche indiquée sur nos produits, le lien avec le "made in France" est immédiat et notre image rurale est très forte* ». Un argument qui séduit les touristes, nombreux dans ce département. L'artisan en est satisfait mais il aimerait qu'une dynamique plus forte se mette en place pour défendre le terroir français. *« D'autres pays comme l'Italie, l'Espagne, ont un temps d'avance sur nous, ils ont une approche beaucoup plus collective. Ils mutualisent leurs moyens et savent avant tout faire valoir un produit plutôt*

+ Info

Export : une mission expérimentale à Dubaï

Pour renforcer son action internationale et promouvoir le savoir-faire de l'artisanat français à l'export, l'APCMA conduit une mission expérimentale sur le secteur de la décoration d'intérieur à Dubaï. Un correspondant, basé sur place, est chargé de détecter des opportunités de marchés, d'effectuer une première sélection d'entreprises proposées par les chambres de métiers et de l'artisanat. Le projet a démarré en février 2012 pour un an ; il a été renouvelé en 2013 pour une année supplémentaire et pourrait être encore prolongé. À ce jour, 67 opportunités commerciales ont été détectées et plus de 120 profils d'entreprises communiqués. Une dizaine d'entreprises sont en négociation avec un client et un contrat a pu être conclu avec une entreprise vendéenne. *« Il convient maintenant de développer ce projet, d'aboutir à des ventes concrètes et d'impliquer l'ensemble des chambres de métiers et de l'artisanat pour associer toutes les entreprises artisanales susceptibles d'être concernées. Il est également prévu d'élargir cette expérimentation à d'autres zones et secteurs géographiques à potentiel »*, précise l'APCMA.

qu'une entreprise. En France, c'est encore difficile à faire comprendre à certains. » Ainsi son activité à l'export reste « *assez variable, entre 5 et 10 % du chiffre d'affaires, car elle est dépendante des normes sur l'alimentaire, qui vont et viennent* ». Preuve que le bon goût français s'exporte bien, les salaisons Teyssier ont été mises à l'honneur au mois de juin dans le célèbre magasin londonien Harrods, aux côtés de 33 autres EPV, représentantes de « l'excellence française ».

Volonté de préserver l'emploi en France

Si la « marque France » fait mouche à l'export, c'est donc en grande partie grâce à la notoriété internationale des savoir-faire français. Sur le marché intérieur, en revanche, la prime à la qualité n'explique pas à elle seule le regain d'intérêt pour les produits français. « *Face à la mondialisation des échanges et l'accélération des délocalisations, le consommateur devient plus exigeant quant aux méthodes de fabrication, à la qualité et à l'origine des produits qu'il achète. Il est de plus en plus sensible au « made in France », et redoute de voir se décimer des filières entières ou des talents très spécifiques* », explique Alexis Govciyan, directeur de l'ISM. « *Il y a une très forte recherche de produits fabriqués en France. Elle est liée au début de la crise* », analyse pour sa part Pascale Hébel, directrice du département Consommation du Crédoc (Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie). « *On avait observé le même phénomène en 1993. Les gens veulent préserver l'emploi en France* », poursuit Pascale Hébel. Selon elle, 75 % des Français privilégieraient le fabriqué en France. Cette tendance, qui se vérifie dans les enquêtes, est plus visible chez une certaine partie de la population, « *plutôt entre 40 et 50 ans, des actifs presque seniors. Les plus jeunes sont trop ouverts sur le monde pour se tourner vers le franco-francais* », précise Pascale Hébel.

La période étant favorable à la« marque France », on peut donc s'en servir comme argument marketing. Pascale Hébel reste malgré tout prudente : « *Attention, vouloir aller trop dans cette direction, c'est se mettre une balle dans le pied. Quand l'activité redémarrera, les gens voudront recommencer à acheter ailleurs.* » Selon cette experte, il faut donc utiliser l'argument du « made in France » avec vigilance, le mettre en avant maintenant mais « *pas forcément réorganiser tout en fonction de cela à moyen terme* ».

+ Info

Zoom sur deux labels

EPV
Entreprise du Patrimoine Vivant

• Entreprise du patrimoine vivant (EPV)

Créé en 2005, le label EPV peut « *être attribué à toute entreprise qui détient un patrimoine économique, composé en particulier d'un savoir-faire rare, renommé ou ancestral, reposant sur la maîtrise de techniques traditionnelles ou de haute technicité et circonscrit à un territoire* ». Il est attribué pour une période de cinq ans. À ce jour, on comptabilise 1 089 EPV. 69 % ont moins de 10 salariés, 24 % ont été créées avant 1900, 20 % entre 1900 et 1950. Plus de 74 % des entreprises labellisées réalisent une partie de leur chiffre d'affaires à l'international, l'export représentant le principal débouché pour 16 % d'entre elles. « *Même si c'est un label relativement jeune, il est déjà très reconnu dans le monde professionnel pour lequel il est un gage de référence, et commence à être bien connu par le grand public. Nous avons de plus en plus de retours très positifs, sur les Salons notamment. Le label est vraiment perçu comme une distinction d'État unique en France. Et pour les professionnels, il constitue le carnet d'adresses indispensable de l'excellence du "made in France"* », précise Alexis Govciyan, directeur de l'ISM.



• Origine France Garantie

La marque « Origine France Garantie » est également proposée aux entreprises fabriquant en France. Pour pouvoir s'en prévaloir, il faut cumuler deux critères : le produit doit prendre ses caractéristiques essentielles en France ; 50 % à 100 % du prix de revient unitaire de ce produit doivent être acquis en France. Si elle s'applique à un produit et pas à l'entreprise, contrairement au label EPV, l'adhésion à cette marque entraîne un certain coût. Celui-ci doit permettre de financer l'audit initial et les audits de suivi de l'organisme certificateur, ainsi que la communication collective sur la marque, pilotée par l'association Pro France.

CONTACTS : www.patrimoine-vivant.com
www.profrance.org / www.mesachatsfrancais.fr



© Tonnellerie de Champagne-Ardenne

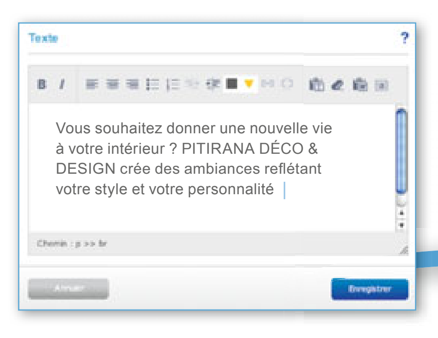
« La fabrication française est déterminante pour mes clients. C'est un gage supplémentaire de qualité.» **Jérôme Viard, Tonnellerie de Champagne-Ardenne.**

1&1 MY W

Le site Web professionnel à concevoir soi-même. Idéal pour les entreprises et les indépendants !



Création intuitive de votre site :
Des centaines de designs attractifs au choix. Avec textes et images proposés pour plus de 100 métiers.



Modifiable à tout moment :
Adaptez les textes proposés ou copiez-collez vos propres textes, ajoutez vos photos, changez de couleur et de design, le tout directement en ligne.





1&1 Web Apps :
Des applications innovantes à intégrer en quelques clics pour enrichir votre site.





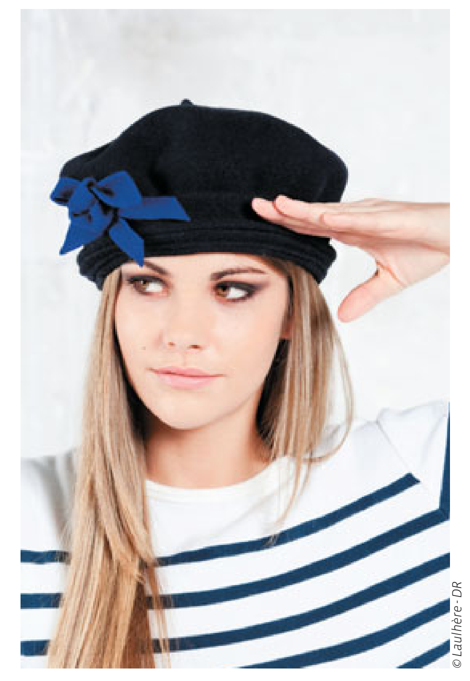
* Pour plus d'informations, consultez les conditions détaillées sur 1and1.fr.

« Acheter français est devenu plus populaire »

« Les consommateurs sont aussi de plus en plus attachés à l'origine des produits, notamment avec tous les problèmes détectés dans le secteur alimentaire. Le « fabriqué en France » devient donc de plus en plus un argument de vente, même sur le marché national. Depuis quelques mois, acheter français est devenu plus populaire », affirme Alexis Govciyan. Selon un sondage Opinion Way réalisé pour le site Alittlemarket.com, l'avenir du « made in France » passait déjà par l'artisanat pour 91 % des Français [1] en 2011. Certaines entreprises artisanales l'ont bien compris, comme les salaisons Teyssier. *« Depuis 2, 3 ans, on ressent la volonté de consommer plus local et un intérêt plus grand pour les produits de qualité, de terroir. Les crises sanitaires nous ont servis. Le consommateur est plus exigeant, il s'intéresse aux étiquettes et se tourne naturellement vers l'artisanat »*, commente Stéphane Teyssier. Avec 98 % de ses produits étiquetés viande de porc française (VPF), il a un argument de poids. *« Sans tomber dans un protectionnisme trop fort, il est important de faire reconnaître l'authenticité de notre savoir-faire et de mettre en avant notre choix de nous approvisionner à proximité. »*

Des produits typiques

Que ce soit les savons de Marseille ou les bérets basques, ces produits typiquement français ramenés par les touristes en souvenir sont évidemment au cœur de la problématique. *« Sur 800 000 bérets vendus sur la côte Basque, seuls 12 000 viennent effectivement de chez nous. Il faut convaincre les professionnels qu'il y a une alternative aux bérets faits en Chine »*, explique Mark Saunders, le directeur commercial de Laulhère, qui a choisi pour signature « Le béret français depuis 1840 ». *« Pour les gens, il est hors de question d'acheter du foie gras made in China mais pour les bérets, cela ne les dérange pas ! »*, s'indigne-t-il, comptant bien changer la donne. C'est d'ailleurs avec culot qu'il a contacté une grande enseigne de Pau en demandant au dirigeant s'il n'avait pas honte de ne vendre aucun béret français. *« Il a bien vu que la différence de prix n'était pas si importante par rapport aux produits asiatiques, à peine 1,50 euro. Et nous avons passé commande ! »* Mark Saunders aimerait voir se créer une *« appellation béret basque pour les produits français »*. Même combat du côté du savon de Marseille, où les savonniers régionaux plaident pour la création d'une appellation d'origine protégée (IGP) pour défendre leur savoir-faire. *« Aujourd'hui, la marque "savon de Marseille" est dans le domaine public, n'importe qui peut l'utiliser. Avec le label, nous allons pouvoir nous différencier et mettre encore plus en avant la qualité de nos produits »*, développe Fabrice Cicot, à la tête de l'entreprise L'Eau de Cassis. Il attend donc avec impatience cette avancée, alors que le gouvernement travaille à l'extension de ce label aux produits manufacturés, l'IGP ne concernant actuellement que les produits alimentaires.



© Laulhère - DR

Laulhère a choisi comme signature « Le béret français depuis 1840 ». Son directeur commercial s'indigne : *« Sur 800 000 bérets vendus sur la côte Basque, seuls 12 000 viennent de chez nous ! »*.

Une communication dans l'air du temps

« Depuis le début de l'année, nous avons ajouté une étiquette "fabrication artisanale française" avec un drapeau français sur nos produits. Cela permet à la fois de justifier nos prix et de nous distinguer des cloches en provenance des pays de l'Est ou de l'Asie », explique Sylviane Obertino, commerciale pour l'entreprise Jean Obertino & fils, fonderie de cloches en bronze. L'obtention du label EPV en 2011 a permis à l'entreprise de mettre encore plus en avant l'origine de ses produits. Pour Bernard Camillo, gérant des poteries d'Albi, les mentalités évoluent et il a donc adapté sa communication. *« Il y a 15 ans, on marquait "fabriqué en France", mais on a ensuite arrêté car on s'est aperçu que nos clients n'y prêtaient pas attention. Aujourd'hui, nous avons remis notre*

Les Poteries d'Albi, qui ont noté un regain d'intérêt pour le « fabriqué en France » chez les consommateurs, sont aujourd'hui référencées sur le site Internet www.madine-france.com



© Poteries d'Albi - DR


© Teyssier

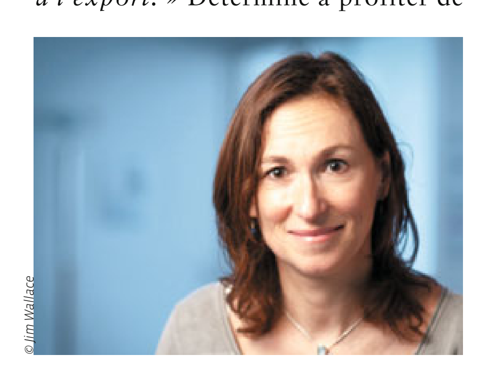
« Depuis 2, 3 ans, on ressent la volonté de consommer plus local et un intérêt plus grand pour les produits de qualité, de terroir. Les crises sanitaires nous ont servis. Le consommateur est plus exigeant, il s'intéresse aux étiquettes et se tourne naturellement vers l'artisanat. »
Stéphane Teyssier

tampon car c'est de nouveau important pour la clientèle. » C'est d'ailleurs lors de leurs portes ouvertes pour les Journée du Patrimoine qu'il a pu se rendre compte du positionnement des consommateurs. *« Ils ont été vraiment intéressés de voir qu'une entreprise française réalisait ce type de produits. Petit à petit, on sent qu'ils font attention aux emplois qui restent en France »*, note le chef d'entreprise, qui a constaté une augmentation de la vente au détail directement à la fabrique. Et ce n'est pas tout : *« Certaines chaînes de distribution sont sensibles à cet argument et reviennent sur leurs achats à l'export. »* Déterminé à profiter de la tendance, Bernard Camillo s'est fait référencer sur le site spécialisé (www.madine-france.com) et était présent fin mai sur le Salon France Production Expo par le biais d'une petite vitrine.

De son côté, Didier Degrand, directeur d'Indiscrète, marque de lingerie haut de gamme conçue et fabriquée en France dans la Vienne (86), a choisi d'apposer la mention « manufacturé en France » sur ses produits. *« Je ne pense pas que l'expression anglo-saxonne soit la plus adaptée pour parler de la fabrication française »*, confie-t-il. Si c'est un argument que ses conseillères de vente mettent en avant, il pense que c'est surtout pour la qualité et la flexibilité que la clientèle est au rendez-vous. *« Nous proposons des produits sur mesure, réalisés uniquement à la commande. »* De son côté, Brigitte Bonsignori, créatrice des vêtements pour enfants (La Mousse de BB), sélectionne avec soin ses matières premières. *« Même mes étiquettes sont fabriquées à Saint-Étienne, quand aux boutons, ils viennent de la Drôme. Je veux remettre au goût du jour l'authenticité, le fait-main et la fabrication française »*, justifie-t-elle. Des arguments qu'elle va pouvoir utiliser à foison lors du prochain marché organisé par l'association de créateurs « made in France » dont elle fait désormais partie.

Barbara Colas

(1) Sondage réalisé en septembre 2011 sur un échantillon de 1028 personnes.


© Jim Wallace

***« Il y a une très forte recherche de produits fabriqués en France. Elle est liée au début de la crise »*, explique Pascale Hébel, directrice du département Consommation du Crédoc.**



Le « made in local », une tendance qui devrait perdurer

« Sur le marché national, je crois plus à la consommation régionale ou locale qu'au "made in France". Ce qui est important c'est notamment la relation sociale avec le producteur », explique Pascale Hébel, du Crédoc. Ainsi le développement durable, qui parle à de plus en plus de consommateurs, serait une direction plus fiable pour les entreprises artisanales. *« C'est un bon argument, le fait de consommer moins de CO2, que les produits polluent moins est devenu une véritable préoccupation pour les gens. »* La consommation engagée serait donc une tendance plus durable sur laquelle les artisans ont intérêt à miser. Certaines entreprises ont déjà commencé à s'organiser pour mettre en avant le terroir local. Plusieurs initiatives voient le jour, à l'image de celle des artisans conserveurs gersois et de la chambre de métiers et de l'artisanat du Gers qui ont animé le stand Excellence Gers pendant deux jours lors du dernier Salon de l'Agriculture. Objectif : mettre en lumière les savoir-faire artisanaux locaux et faire découvrir des produits et recettes de qualité « made in Gers ».



… UN MENUISIER

Le bois dans tous

© L. Theteen Pixel Images

1 CHOISIR LE BOIS

Pour travailler le bois, MP menuiserie possède de nombreuses machines, dont la tenonneuse. Elle est utilisée pour débiter le bois et notamment ici pour réaliser des volets à lames américaines. Mais la première étape réside dans le choix du bois : *« Il existe différentes essences idéales, adaptées à l'extérieur ou bien pour créer des meubles. C'est une étape essentielle »*, confie Max Prieto. Il faut dire que l'artisan était ébéniste à la base. Le bois a donc toujours été une passion pour lui. Il a créé son entreprise de pose de menuiserie en avril 2004 à Saint-Raphaël.

2 MONTER DES MEUBLES

Une grande partie de l'activité de l'entreprise se fait sur les aménagements intérieurs, l'agencement et la fabrication de meubles, comme des cuisines ou des bibliothèques. La moyenne d'âge des clients de Max Prieto est de 45-50 ans. *« Ils veulent faire travailler un artisan et savent qu'on est à côté. La proximité est très importante pour eux. C'est une question de moyens, mais pas seulement. La qualité est importante, s'ils dépensent 200 euros, cela doit être pour un travail satisfaisant et durable. »* Max Prieto ne compte que sur le bouche-à-oreille pour dénicher de nouveaux contrats. *« Les clients viennent me voir avec une photographie en me disant* « on voudrait quelque chose comme ça. » *Je leur fais du sur-mesure. »*

CONTACT
MP Menuiserie : 46 chemin des Genêts à Saint-Raphaël. Tél. 04 94 19 01 30.

3 PROFESSIONNALISER LA GESTION ADMINISTRATIVE

Pour les tâches administratives, c'est Patricia Prieto qui est aux commandes. *« Grâce au dispositif CAPEA* [Cycle d'amélioration des performances de l'entreprise artisanale] *proposé par la chambre de métiers et de l'artisanat, on sait où on va. »* Côté organisation, elle a installé un tableau de trésorerie, un suivi de chantier. Cela lui permet d'analyser la rentabilité de chaque chantier. *« Avant, on courait dans tous les sens et à la fin on n'avait plus rien. Je me souviens d'un chantier à 180 000 € sur lequel, au final, nous n'avions rien gagné. »* Sur les relations avec la banque, il y a également du nouveau. *« J'ai compris qu'il faut savoir négocier et établir une relation de confiance, notamment quand surviennent des problèmes de délais de paiement »*.

ses états

ENTRE NICE ET MARSEILLE, MP MENUISERIE CONÇOIT DES AMÉNAGEMENTS INTÉRIEURS ET EXTÉRIEURS SUR MESURE. CONSCIENTS DES RISQUES INHÉRENTS AU TRAVAIL DU BOIS, LES COGÉRANTS DE L'ENTREPRISE, MAX ET PATRICIA PRIETO, ONT MIS EN PLACE UNE DÉMARCHE DE PRÉVENTION DES RISQUES POUR LEURS SALARIÉS.



4
DÉVELOPPER DE NOUVELLES ACTIVITÉS

MP menuiserie travaille à 60 % dans le neuf, à 25 % dans la rénovation. *« Notre clientèle est composée à 50 % de particuliers et à 50 % d'architectes. »* Récemment, l'entreprise a développé une nouvelle activité : la rénovation de bateaux. *« Depuis un an, c'est un nouvel axe de développement, nous effectuons la restauration d'habillage, la réfection du sol… Étant donné la conjoncture, cela peut être porteur. »* Les demandes sont très diverses, ici Max Prieto travaille sur un portique de sécurité pour des clients propriétaires de plusieurs chiens.



5
PRÉSERVER LA SANTÉ DES SALARIÉS

L'entreprise a investi pour la santé de ses salariés, notamment avec une cabine à vernir. *« La médecine du travail nous a conseillé de changer les aspirations. Nous avons participé à l'opération filière bois afin d'obtenir une aide pour la remise aux normes. »* Le système a été entièrement changé. Et une véritable cabine à vernis est désormais à la disposition des salariés. *« Elle nous protège contre les risques d'intoxication, d'incendie et d'explosion. La filtration de l'air à l'entrée permet aussi l'application des peintures sans poussière »*, précise Max Prieto. Depuis, sa femme a noté une différence : *« J'avais des maux de gorge auparavant, j'ai remarqué que je n'en ai plus désormais. »* Les gérants ont également édité un « Document unique » afin de prévenir les salariés des risques qu'ils encourent. Enfin, ils ont suivi une formation Atex (Atmosphères explosives) relative aux risques d'explosion dans un atelier de menuiserie.



6
INVESTIR POUR AVANCER

« J'ai créé un petit secteur aluminium. Quand il me manque un châssis sur un chantier, plutôt que d'attendre qu'il soit livré, je le fais moi-même. C'est plus pratique. » L'artisan a conscience qu'il est obligé d'investir s'il veut avancer. Et comme la situation économique est difficile, il ménage ses clients : *« Nous avons 20 % de pertes avec l'alu, il y a beaucoup de chutes. Auparavant, je le comptabilisais dans le tarif, maintenant on dit que c'est pour nous. On le recycle. »*

Barbara Colas

Alors que le marché national est en baisse, la brasserie artisanale Castelain mise sur l'export pour maintenir, voire développer son activité. Une stratégie qui lui permet notamment de découvrir de nouvelles techniques et d'enrichir son offre en France.



© PHOTOS : CASTELAIN

Déterminée, Annick Castelain met tout en œuvre pour que sa brasserie réalise 25 % de son chiffre d'affaires à l'export dans les prochaines années.

BRASSERIE CASTELAIN

L'export comme moteur

Pour se démarquer de ses concurrents, la brasserie Castelain a rapidement fait le choix de la qualité. « *En 1979, mes parents ont racheté l'entreprise qui datait de 1926. Ils ont décidé de se concentrer sur les bières de dégustation, aussi appelées bières de garde. On les laisse fermenter 6 à 8 semaines contre 5 jours en moyenne dans la production industrielle* », confie Annick Castelain, directrice générale de cette brasserie située à Bénifontaine, dans le Pas-de-Calais (62). Si, dans un premier temps, l'export s'est développé pour « *répondre à la demande venant des États-Unis* », c'est une démarche plus volontariste qui s'est mise en place par la suite.

Exporter là où la demande est forte

Rapidement, l'export est en effet apparu comme une véritable solution pour maintenir l'activité. « *Depuis 30 ans, le volume de consommation de bière en France a baissé de 30 %. On a donc dû s'orienter vers d'autres pays* », développe la dirigeante. C'est ainsi qu'est intervenue l'embauche d'un salarié en VIE (volontariat international en entreprise) en 2008. Aujourd'hui, l'entreprise distribue ses produits en Belgique, en Angleterre, en Italie, au Danemark mais également au Canada, aux États-Unis, en Chine, en Argentine et au Chili. Elle réalise 15 % de son chiffre d'affaires à l'export. « *Notre objectif est de passer à 25 %* », confie Annick Castelain, déterminée. Dans cette optique, elle vient encore d'étoffer son équipe afin de développer les ventes vers l'Amérique du Nord et du Sud.

Mais exporter ne s'improvise pas. Pour chaque pays, le travail est conséquent



Ci-contre La brasserie Castelain distribue ses produits en Chine depuis trois ans.



Faits et chiffres clés

- **Création :** 1926, rachat en 1979
- **Effectif :** 19 salariés
- **Chiffres d'affaires :** 7 M€ (2012)
- **Marché :** 55 % en grandes et moyennes surfaces, 30 % en secteur traditionnel, 15 % à l'export
- **Marques :** la gamme Ch'ti (blanche, blonde, ambrée et triple), les bières de saison (Ch'ti de Noël et de printemps), la gamme bio Jade (blonde et ambrée), Maltesse Triple et Derby



ELLE A SU

- **Diversifier son offre**, notamment en lançant une bière bio.
- **S'implanter à l'export** en s'associant avec des artisans implantés localement.
- **Fédérer d'autres entreprises** autour d'elle pour créer un groupement.
- **Mettre en place une démarche de développement durable** tout en conservant la fabrication artisanale.
- **S'enrichir de l'expérience des marchés étrangers** pour développer de nouveaux produits en France.

et une grande ouverture d'esprit indispensable. Afin de s'implanter en Chine, la brasserie a tiré profit de sa présence sur le pavillon Lille-Europe de l'Exposition Universelle de Shanghai en 2010. *« C'est à cette occasion que nous avons trouvé un bon professionnel pour distribuer nos produits. Nous sommes désormais présents à Shanghai et Pékin. »* Les débuts sont prometteurs même si « *c'est très déroutant* ». « *Nous n'avons pas du tout les mêmes codes*, reconnaît Annick Castelain. *Il faut donc s'appuyer sur les partenaires locaux qui connaissent bien le marché. On leur donne un maximum d'informations et on travaille main dans la main avec eux. Il ne faut pas arriver avec des idées préconçues, il faut plutôt voir ce qui fonctionne.* »

Comprendre le marché local

C'est cette même volonté de comprendre les spécificités des marchés étrangers, cette curiosité, qui a conduit la dirigeante à s'associer, aux États-Unis, à une entreprise familiale locale pour trouver le produit adapté au marché américain. *« Nous avons créé une bière collaborative avec un brasseur de Chicago, Two Brothers. Travailler avec lui nous a permis de découvrir les goûts des consommateurs américains, pour ensuite élaborer une bière française qui puisse leur plaire. »* Les deux entreprises ont travaillé de concert sur la recette. « *Les Américains aiment quand la bière est forte en houblon. Ils apprécient aussi de goûter des choses différentes* », révèle Annick Castelain. Cette expérience a été très enrichissante à plusieurs niveaux. *« Nous avons notamment découvert le houblonnage à cru, qui consiste à remettre du houblon pendant la garde. C'est une technique extrêmement intéressante. Du coup, nous l'avons réutilisée pour des bières de saison. »*

De la même manière, un format créé pour l'export, le 33 cl, qui n'existait pas en France, est devenu une réussite sur le marché national. « *Tout cela renforce la qualité de ce qu'on vend en France* », constate la dirigeante, enthousiaste. Consciencieuse et rigoureuse, elle envoie régulièrement quelqu'un sur le terrain pour étudier la commercialisation de ses produits. *« Nous vérifions l'implantation en magasin, la grandeur du rayon, les autres produits, le marketing, les prix… Ensuite, nous organisons des réunions avec les commerciaux pour leur parler de la marque et des éventuelles mises en avant. »* Un point important avec l'export, notamment dans le secteur alimentaire, reste le transport. *« Une fois, en direction de la Russie, nos fûts ont été gâtés par la chaleur. Nous avons perdu toute la marchandise. Il faut donc vérifier que le transport est bien adapté et le matériel conforme. »*

« Je suis pour le travail collaboratif »

En 2009, Annick Castelain, jamais à court d'idées, crée le groupement « French Craft Brewers », avec huit brasseries indépendantes et traditionnelles françaises. L'objectif est de pénétrer le marché américain et de gagner en visibilité. « *Le vin français est très connu, contrairement à la bière française. Désormais, nous avons plus de moyens pour changer la donne. En France, on a tendance à penser qu'un collègue est un concurrent. Moi, je suis pour le travail collaboratif.* » Si la « Ch'ti » a un nom que tout le connaît désormais en France, ce n'est pas le cas à l'étranger. « *Nous mettons donc en avant notre proximité avec la Belgique, qui est connue pour ses bières.* »

Barbara Colas

DÉVELOPPEMENT DURABLE

Un positionnement précurseur

En 1986, la brasserie Castelain lance la première bière bio française. *« Nous travaillons depuis toujours avec un processus le plus naturel possible. Notre bière était vendue dans les magasins bio car elle était très légère. Ils nous ont suggéré d'aller plus loin. Et la bière Jade est née »*, se remémore Annick Castelain. *« Élaborée à partir de matières premières issues de l'agriculture biologique, elle est brassée de façon artisanale sans aucun additif. Elle est ainsi certifiée AB par Écocert. »* Mais l'engagement de l'entreprise en faveur du développement durable ne s'arrête pas là. Elle le prend notamment en compte lors du choix de ses fournisseurs : achat de bouteilles et de cartons élaborés à partir de matériaux recyclés, encres biodégradables, proximité dans l'approvisionnement. *« Nous avons également fait en sorte de baisser la consommation de l'eau de 10 à 6 litres pour la fabrication d'un litre de bière. »* En ce qui concerne les déchets, la brasserie a fait le choix d'être livrée en vrac au niveau du malt (suppression des emballages). Enfin, une nouvelle laveuse £de bouteilles recyclées avec un rendement de 12 000 bouteilles/heure et une consommation d'eau limitée a été achetée en 2009. L'intérêt pour les produits bio et locaux étant de plus en plus fort, *« la Jade a enregistré une progression de 49 % en 2010 »*, ajoute Annick Castelain. La marque était même leader en 2012 sur le marché des bières bio en GMS (grandes et moyennes surfaces). Surfant sur cet engouement, l'entreprise a développé un nouveau produit : *« la Jade en version ambrée »*.

Ci-contre
La Jade, première bière bio de France, a été lancée par la brasserie artisanale.

Dossier






© Taiga - Fotolia.com

Miser sur la communication visuelle pour capter l'attention

Parce que la première impression est déterminante pour le client, dans un contexte de concurrence accrue, soigner l'image de son entreprise est devenu une nécessité pour l'artisan. Définition d'une charte graphique cohérente, communication digitale, visibilité et aménagement du point de vente… : le point sur les actions à mettre en œuvre pour braquer les regards sur vos savoir-faire.

Dossier réalisé par Véronique Méot

PREVARTI, *enfin pour Elle*

“S’il vous arrivait quelque chose, qu’adviendrait-il de vos proches et de l’entreprise ? ”

Du jour au lendemain, votre conjoint(e) se retrouvera seul(e) pour assumer toutes les responsabilités à la maison et dans l’entreprise.

Seule, une mutuelle créée par et pour des Indépendants, peut apporter des solutions concrètes que vous ne trouverez pas ailleurs !



- **À la maison :** Pour accompagner votre conjoint dans son rôle de parent : soutien scolaire, soutien psychologique, aides à domicile, aides aux démarches administratives et déblocage des fonds (pension, réversion, Caf ...).
- **Dans l’entreprise :** Pour soutenir votre conjoint dans toutes les activités de l’entreprise et répondre à toutes les problématiques auxquelles il devra faire face (crédits en cours, factures à régler, chantier à finir, formation de perfectionnement...) : des experts le guident pour lui apporter des solutions sur mesure.

Rien n’est laissé au hasard ... toutes les situations sont pensées, prévues : enfin un accompagnement conçu pour répondre aux vrais besoins des conjoints !

PREVARTI’PRO
PREVARTI CONJOINT

des solutions exclusives MNRA de prévoyance



Pour tout renseignement,
notre équipe est à votre écoute au :

N°Azur 0810 66 66 72
PRIX D’UN APPEL LOCAL DEPUIS UN POSTE FIXE

et sur notre site internet :
www.mnra.fr

RETRAITE, SANTÉ, PRÉVOYANCE



Mutuelle des artisans et du commerce de proximité



COMMUNICATION

Se créer une identité visuelle et la décliner

Concept, calligraphie, code couleur… Pour se forger une identité visuelle, l'artisan doit partir de l'essence même de son activité et de son savoir-faire et dupliquer message et image sur l'ensemble de ses supports de communication. Du flyer au point de vente, elle traduit la promesse que l'artisan adresse à sa clientèle.

Il n'y a pas que dans le secteur du CHR (café hôtel-restaurant) que le retour de la déco « bistrot » et de la vente autour du bar fait la Une. Les concepts se multiplient depuis quelques années : bars à ongles, bars à pain, bars à sourires, etc. Il est désormais possible de faire la tournée des bars sans boire une goutte ! Pourquoi un tel engouement ? Parce que le bar est un concept séduisant, qui replace l'humain au centre du commerce, et promet un service rapide, de qualité et précis. Il plaît car il communique une ambiance conviviale et raconte une histoire de rencontres… Si bien que les passants ont envie de pousser la porte. Habiller son activité d'un concept, d'une enseigne, la parer d'une identité (graphique) permet aux artisans d'attirer le chaland. Face à la profusion de l'offre, mieux vaut mettre tous les atouts de son côté. Se faire beau, autrement dit soigner son look, aide indéniablement les artisans à rester dans la course en renforçant leur visibilité. Dans une société de l'image et de l'immédiateté, le savoir-faire des artisans ne suffit plus. Pour booster le chiffre d'affaires et recruter de nouveaux clients, il est essentiel de le mettre en valeur.

Donner une image à l'entreprise

« *L'important est de communiquer sur un ou deux thèmes. Pour cela l'artisan doit définir ce qu'il souhaite mettre en avant, son savoir-faire ou ses engagements par exemple, puis il s'agit de décliner ce message sur tous les supports de communication de l'entreprise* », explique Sophie Rivière, cogérante de Tousazimut, agence de communication basée à Saint-Brieuc.



Le kit de communication « L'Artisanat, Première entreprise de France ».

La communication fonctionne à coup de répétitions. Un premier axe, facile à rappeler, est l'appartenance de l'entreprise à la marque « L'Artisanat, Première entreprise de France » ! 90 % des Français ont en effet une bonne image de cette marque, porteuse de valeurs telles que le savoir-faire et la qualité. Tous les artisans peuvent bénéficier de ces bons retours en utilisant le kit mis gratuitement à leur disposition par le Fonds national de promotion et de communication de l'artisanat (FNPCA). Ce kit comprend des affiches, affichettes, adhésifs à coller sur les véhicules, autocollants pour la vitrine. Il suffit de le commander en quelques clics sur le site www.artisanat.info/kit.

Cette communication doit être complétée par une mise en


Avis d'expert

Apprendre à mieux gérer l'espace


© DR

Michel Farhi, formateur à la CMA 13.

Avec deux formations dédiées, la CMA 13 aide ses ressortissants à améliorer leur image. Deux modules de deux jours traitent de l'agencement de l'entreprise. « Boutique gagnante : réussir sa vitrine et son merchandising » permet aux participants d'aménager et d'agrémenter le point de vente. « Réussir un Salon » déploie une méthodologie pour optimiser sa participation à un Salon en concevant un stand attractif. « *Dans les deux cas, je rappelle aux artisans que le visiteur balaie l'espace d'un coup d'œil de gauche à droite et donc que les produits phares - ou leur représentation photographique - doivent être placés à gauche* », confie Michel Farhi, formateur et cogérant de « Faire Plus », conseil et formation. L'aménagement de l'espace respecte un cône d'attractivité. Par exemple, la caisse ou le comptoir de l'atelier sont placés au fond du point de vente de manière à inciter les clients à visiter les lieux et à ne pas créer de barrière à l'entrée. Autre enseignement, « *la vitrine fait appel à des techniques d'étalagistes, il est nécessaire de jouer sur les reliefs, l'éclairage, les couleurs pour une meilleure présentation des produits* », indique l'expert. Elle est renouvelée fréquemment et animée suivant les fêtes calendaires ou l'actualité (tournois sportifs, événement culturel).



Pour séduire une clientèle d'entreprises, Plat'Ô Margot mise sur une communication « professionnelle », déclinée sur le site Internet, les flyers, ou encore l'accueil jouxtant le laboratoire.

Gwenaël Lavigne, traiteur

« Je fais appel à une agence »

« Nous avons vécu la période vert anis et chocolat, aujourd'hui nous existons sous des couleurs devenues tendances et flashy, écriture rose sur fond noir », déclare Gwenaël Lavigne, restaurateur et traiteur d'entreprise à Saint-Brieuc. Chic et sobre. Afin de promouvoir Plat'Ô Margot, son activité traiteur, l'artisan a choisi la signature *« Traiteur d'entreprise »* pour communiquer auprès d'une cible B to B. Alors qu'à ses débuts, il a essayé de concevoir seul ses supports, il fait désormais appel à une agence. *« Je n'ai pas de points de vente, je ne communique que par flyers, Web* [www.plato-margot.com] *et campagnes publicitaires dans la presse locale. J'avais besoin de supports à l'allure vraiment professionnelle »*, développe celui qui prévoit de consacrer à sa communication un budget annuel de 2 000 à 3 000 €. L'accueil, qui jouxte le laboratoire de 100 m², reprend les mêmes codes couleurs avec une enseigne en inox brossé et des photographies de plats accrochés en vitrine.

valeur du savoir-faire propre à l'entreprise. Attention, le message doit être mémorisable – donc simple – avant d'être traduit en charte graphique. Un paysagiste, par exemple, a intérêt à communiquer sur une image créative et originale. En accord avec ce que ses clients attendent de lui !

Rendre son activité attrayante

C'est ce que fait Julien Rolland, gérant d'Amzer Garden à Treflez (29). Son objectif : inciter les particuliers à faire appel à un professionnel pour façonner leur jardin, plutôt que de s'en occuper eux-mêmes. La création de jardin répond à des normes précises, exige une bonne connaissance des végétaux et un sens artistique. Pour rendre son activité attrayante, Julien Rolland a fait appel à l'agence de communication Tousazimut qui lui a proposé de présenter sa signature en italique « Amzer Garden », et d'y accoler trois icônes stylisant ses trois gammes de services (entretien des espaces verts, création et aménagement de terrasses et pose de gazon carrossable), ainsi qu'un message pour rappeler l'essentiel : « Création et entretien de jardin ». Enfin, l'agence lui a recommandé d'adopter une charte graphique basée sur une écriture en vert et noir sur fond gris. « *Le vert correspond bien à l'activité, mais nous avons préféré opter pour un fond gris et une écriture verte, plus facile à dupliquer sur l'ensemble des supports que pour un fond vert* », précise Julien Rolland. Carte de visite, site Internet, et bientôt véhicule utilitaire et tondeuse autoportante seront marqués du même sceau et donc plus facilement identifiables. Pour Sophie Rivière, *« il est plus judicieux de mettre en avant une signature – ou accroche commerciale – que le nom de l'entreprise, car celui-ci n'est pas assez évocateur »*. Toutes les entreprises ne s'appellent pas L'Oréal ou Coca Cola ! En revanche, répéter sa promesse commerciale et la décliner dans le point de vente, sur les devis, les véhicules ou les vêtements de travail permet aux clients de s'en souvenir.

Mettre en valeur son savoir-faire

L'identité visuelle d'une entreprise doit coller à l'image des produits ou des services qu'elle propose. Il semble que les artisans ne mettent pas assez en valeur leur savoir-faire avec des reportages photos en haute définition et des books présentables. Pourtant avec les appareils numériques actuels, il est facile et peu onéreux de réaliser de belles prises de vue. Et, dans le bâtiment, par exemple, les prescripteurs, architectes et maîtres d'œuvre, sont sensibles à la qualité des images. Lors des réponses aux appels d'offres ou des remises de devis, il peut être judicieux de glisser le dossier (chiffrage et photos) dans une plaquette commerciale à pochette à rabat, elle-même aux couleurs de l'entreprise. Enfin, l'agencement du point de vente ou de l'atelier traduit également l'image de l'entreprise. La vitrine et le mobilier intérieur permettent d'identifier rapidement l'activité et le savoir-faire. Les outils, les matières, le design viennent forcer le trait. Se faire beau ne coûte pas forcément très cher. Mais encore faut-il y penser…

EXEMPLE À SUIVRE !



1. Page d'accueil du site Internet. 2/3. Carte de visite recto et verso. 4. Marquage de portière de véhicule.

Julien Rolland, artisan paysagiste, a su créer une identité graphique cohérente pour son entreprise Amzer Garden.


© Photos : Alange Galerie

Ci-dessus
Plaquette, site Internet géré en interne, décoration de la galerie… : toute la communication de Alange Galerie est parfaitement cohérente.

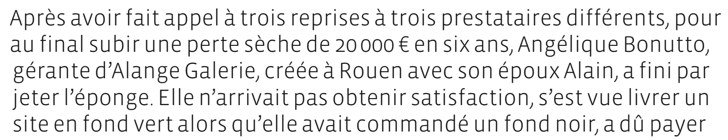
N'oubliez pas la vitrine Internet !

Outils incontournables, site Web et pages sur les réseaux sociaux doivent reprendre fidèlement les codes et couleurs déployés dans le point de vente ou dans l'atelier pour une mise en valeur virtuelle dans le cadre d'une communication cohérente.

La communication digitale reprend les codes et les couleurs de la communication physique. La charte graphique retenue pour les documents commerciaux (plaquette, flyer, carte de visite), les documents de gestion (devis, facture) et le point de vente ou l'atelier (enseigne, vitrine, affichage) doit être dupliquée sur les supports digitaux. Qu'il s'agisse du site Internet, de la signature au bas des e-mails ou d'une page de présence sur les réseaux sociaux. L'architecture du site Web suit les fondamentaux de la communication de l'entreprise. Le fond compte autant que la forme. Le site est judicieusement agencé par rubriques, accessibles via des onglets : la rubrique « Actualité » fait part de la participation à un Salon ou à de nouveaux chantiers, « Présentation de l'entreprise » retrace son historique, « Activité » ou « Savoir-faire » met en avant les compétences de l'artisan, « Réalisation » montre, photos à l'appui, les produits fabriqués ou mis en œuvre. « *Les artisans dirigeants d'entreprise familiale doivent revendiquer l'ancienneté du savoir-faire et ne pas hésiter à le décrire pour attirer la confiance* », recommande Anne Payot, responsable communication et marketing de l'agence Web Yellow, basée à Bergerac et à Bordeaux.

Ne pas noyer le message

Le site Web et les supports digitaux – page Facebook par exemple – doivent restituer fidèlement l'activité de l'artisan et sa passion pour l'ouvrage de qualité. Les labels et certifications ainsi que les diplômes sont mentionnés et expliqués en quelques lignes ou tout au moins présentés via un logo ou une photo (Artisans de France, Entreprise du Patrimoine Vivant, etc.). Mais attention : il ne faut pas tenter de tout dire pour ne pas noyer le message. Les pages ne sont donc pas surchargées pour rester lisibles. Les textes, épurés, disent l'essentiel. Et figurent, en page d'accueil, la signature de l'entreprise et sa promesse.



Angélique Bonutto, photographe, portraitiste de France

Elle gère elle-même son site Web

Après avoir fait appel à trois reprises à trois prestataires différents, pour au final subir une perte sèche de 20 000 € en six ans, Angélique Bonutto, gérante d'Alange Galerie, créée à Rouen avec son époux Alain, a fini par jeter l'éponge. Elle n'arrivait pas obtenir satisfaction, s'est vue livrer un site en fond vert alors qu'elle avait commandé un fond noir, a dû payer des changements de photos, etc. Aujourd'hui, c'est elle qui tient les rênes. Elle achète des modules pour personnaliser un site Internet, fourni vide. *« Une journée de formation a suffi pour maîtriser les fondamentaux »*, glisse la photographe devenue webmaster ! Pour elle, cette solution est d'autant plus intéressante que le site n'a pas besoin d'évoluer trop souvent. *« Il représente une vitrine de notre galerie, les internautes y retrouvent son image, nous utilisons les mêmes polices de caractères, les mêmes couleurs, l'accueil est noir et blanc, comme la galerie, et je ne change les photos que quatre à cinq fois par an. »* Angélique Bonutto anime également un blog, au design identique – sur lequel elle publie toutes les photographies après avoir obtenu l'accord de ses clients – ainsi que des pages sur les réseaux sociaux. Tous les supports de communication sont en adéquation les uns avec les autres. Résultat, « *lorsque les clients entrent dans la galerie, ils s'étonnent de voir les vraies photos sur les murs* », se réjouit-elle. La promesse est tenue, et les clients confiants !



« Entreprendre intelligemment ?
Préserver votre patrimoine ?
Pour cela, il existe des solutions.
L'EIRL en fait partie.

Prenez conseil auprès
d'un expert Gestélia,
et vous avancerez serein. »



RETROUVEZ-NOUS SUR **gestelia.fr**
OU AU **0 820 090 191**



Pour passer votre publicité dans LE MONDE DES ARTISANS, contactez :



THIERRY JONQUIÈRES
DIRECTEUR DE PUBLICITÉ
TÉL : 06 22 69 30 22

CÉDRIC JONQUIÈRES
CHEF DE PUBLICITÉ
TÉL : 06 10 34 81 33





Fiscal

• Artisans en société ayant clos un exercice le **31 mars 2013** : versement au service des impôts, le 15 juillet au plus tard, du solde de l'impôt sur les sociétés, sous peine de majoration.

Social

• Pour les artisans n'ayant pas plus de 9 salariés, versement à l'Urssaf, pour le **15 juillet**, des cotisations sur les salaires du 2e trimestre 2013 ou sur les salaires de juin, selon la périodicité de paiement choisie.
Pour les employeurs de plus de 9 salariés, versement des cotisations sur les salaires de juin dans tous les cas.

• Pour tous les travailleurs indépendants, paiement des cotisations sociales pour le **20 juillet** en cas d'option pour un prélèvement mensuel à cette date (sinon, pour le **5 juillet**).

• Pour les artisans n'ayant pas plus de 9 salariés et payant les cotisations mensuellement, versement à l'Urssaf, pour le **15 août**, des cotisations sur les salaires de juillet. Versement identique, dans tous les cas, pour les employeurs de plus de 9 salariés.

• Pour tous les travailleurs indépendants, paiement des cotisations sociales pour le **20 août** en cas d'option pour un prélèvement mensuel à cette date (sinon, pour le **5 août**).

GESTION DU PERSONNEL

LOI SUR LA SÉCURISATION DE L'EMPLOI : LES MESURES POUR LES ARTISANS

La nouvelle loi sur « la sécurisation de l'emploi », qui a été définitivement adoptée, offre plus de souplesse dans la gestion des effectifs salariés des entreprises. Les artisans employeurs sont concernés.

Les mesures de la loi sur la sécurisation de l'emploi, adoptée récemment, résultent d'un accord interprofessionnel signé par les partenaires sociaux le 11 janvier 2013.
Du côté employeur, l'anticipation et l'accompagnement des difficultés économiques constituent le cœur de la loi. Ainsi, des employeurs peuvent s'engager, par accord collectif avec les salariés, à maintenir les emplois moyennant des contreparties en termes d'aménagement du temps de travail et de rémunération. Par exemple, les salaires peuvent être gelés pendant un certain temps, ou le temps de travail augmenté sans hausse de la rémunération, contre l'engagement de ne pas supprimer d'emplois pendant la période définie.
Mais attention : ce dispositif ne peut être mis en œuvre qu'en cas de *« graves difficultés conjoncturelles »*. En outre, l'accord doit être conclu pour une durée maximale de deux ans, et l'abaissement des salaires n'est possible que jusqu'à un seuil équivalent à 1,2 Smic.
L'autre grand volet de la loi est la réforme du temps partiel, la taxation des contrats à durée déterminée (CDD) de courte durée, l'exonération en cas d'embauche de jeunes en contrat à durée indéterminée (CDI, notamment). L'objectif est de sécuriser l'emploi en favorisant les contrats de longue durée.


© PHOVOIR

Une durée minimale pour les temps partiels

À l'horizon 2014, par exemple, les contrats à temps partiel devront en principe être conclus pour une durée minimale de 24 heures hebdomadaires. Toutefois, une période transitoire de deux ans sera prévue pour les contrats en cours au 1er janvier 2014. Surtout, cette durée minimale ne s'appliquera pas aux jeunes de moins de 26 ans, et l'employeur pourra même s'en affranchir, soit sur demande individuelle du salarié, soit en application d'une convention ou d'un accord de branche.
Toujours concernant le temps partiel, toutes les heures complémentaires devront être majorées d'au moins 10 %, et le taux de 25 % prévu pour les heures effectuées au-delà du 1/10e de l'horaire contractuel pourra être revu à la baisse par convention ou accord de branche, à condition de respecter un minimum de 10 %.
D'autre part, une convention ou un accord de branche étendu pourra autoriser les salariés à temps partiel et les employeurs à signer des avenants de complément d'heures, en vue d'augmenter temporairement la durée du travail. Les salariés à temps partiel pourront donc « sécuriser » leurs heures complémentaires et travailler jusqu'à la limite d'un plein-temps.
Enfin, pour lutter contre le recours excessif au travail précaire, un cadre légal sera mis en place en vue de permettre aux partenaires sociaux de moduler le taux des cotisations d'assurance-chômage selon le type de contrat de travail.



Rubrique réalisée par François Sabarly

AVANTAGE FISCAL ET SOCIAL

COMMENT UTILISER DES CHÈQUES-VACANCES ?

Les chèques-vacances permettent à vos salariés de financer une partie de leurs congés. Ils bénéficient également d'une exonération de cotisations sociales patronales, ce qui en fait un système avantageux.

Plus de trois millions de salariés, aujourd'hui, utilisent des chèques-vacances pour régler une partie de leurs dépenses de transport, d'hébergement ou de restauration à l'occasion de leurs congés. Pour l'employeur, c'est une bonne façon d'aider un salarié aux revenus modestes à partir sans trop dépenser.

Tout salarié peut y avoir droit, ainsi que le conjoint, le concubin, le partenaire pacsé et les personnes à sa charge, sans condition de revenus. Vous pouvez aussi en bénéficier en tant que dirigeant d'une petite entreprise.

En pratique, le chèque-vacances est un titre de paiement nominatif qui se présente sous la forme de coupures de 10 ou 20 € utilisables pendant les deux années qui suivent leur date d'émission. C'est à vous, en tant qu'employeur, d'en faire la demande auprès de l'Agence nationale des chèques vacances (ANCV). Vous devez ensuite vous mettre d'accord avec chaque salarié concerné pour établir les modalités de leur financement : entre 20 et 80 % de la valeur des chèques pour vous selon la rémunération du salarié, le reste à la charge de ce dernier. La part que vous prenez en charge n'est pas soumise à impôt pour le salarié, dans la limite du Smic.

Une contribution exonérée

Vous pouvez commander des chèques-vacances à tout moment, et il n'y a aucune obligation de reconduire votre commande l'année suivante.

Cette formule présente un gros avantage : votre contribution patronale aux chèques-vacances est en partie exonérée de cotisations sociales, à l'exclusion de la CSG, de la CRDS et du versement transport. Cette exonération joue dans la limite de 30 % du Smic mensuel brut par salarié et par an, et elle ne s'applique pas aux chèques acquis pour votre propre compte.

Attention néanmoins à respecter certains principes : notamment, votre contribution à l'achat des chèques ne doit pas se substituer à un élément de rémunération. Par exemple, si vous avez supprimé une prime pour un salarié, vous ne pouvez pas la compenser par l'attribution de chèques-vacances.

CONTACT :
www.ancv.com
rubrique « Employeurs »



© ANCV

DÉLAIS DE PAIEMENT

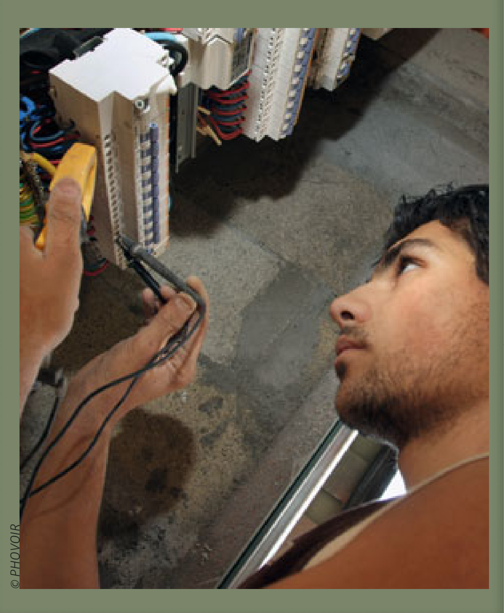
La durée normale des délais de paiement est de 45 jours fin de mois ou de 60 jours à compter de la date d'émission de la facture. Cependant, dans la filière du cuir, le délai de paiement maximal est fixé à 54 jours fin de mois, pour une période de trois ans. Si ce délai n'est pas respecté, les intérêts de retard sont applicables sur la base d'un taux égal à trois fois le taux de l'intérêt légal, soit 0,12 % (décret n° 2013-275 du 2.4.2013, JO du 4).

CONTRATS DE GÉNÉRATION

Les contrats de génération encouragent l'embauche en contrat à durée indéterminée de jeunes âgés de 16 à 25 ans (ou de moins de 30 ans lorsqu'ils sont travailleurs handicapés) et le maintien dans l'emploi des salariés de plus 57 ans (55 ans en cas de handicap). Une aide de 4 000 € par an (2 000 € au titre du jeune et 2 000 € au titre du senior) est versée à l'entreprise, pendant trois ans.

Les entreprises de moins de 50 salariés peuvent accéder directement à l'aide de l'État dès lors qu'elles maintiennent dans l'emploi un senior et recrutent un jeune. Si une entreprise ne compte pas de salariés seniors dans son effectif, elle peut bénéficier du système en embauchant des personnes de 55 ans et plus.

Dans les petites entreprises, le contrat de génération peut également être conclu entre le chef d'entreprise (dès lors qu'il est âgé d'au moins 57 ans) et un jeune à qui il souhaite transmettre son entreprise (décret n° 2013-222 du 15.3.2013, JO du 16).



© PHOVOIR

TRANSMISSION DE VOTRE ENTREPRISE

N'ATTENDEZ PAS… AGISSEZ DÈS MAINTENANT !





Favoriser la transmission d'entreprise et accompagner les repreneurs : avec le soutien du FSE, les Chambres départementales de métiers et de l'artisanat de la région Picardie se mobilisent !

En Picardie, 39 % des chefs d'entreprise ont plus de 50 ans, ce qui représente près de 9 700 entreprises artisanales.

Chaque année, de nombreuses entreprises disparaissent faute d'avoir su trouver un repreneur…

La raison essentielle est l'absence de préparation de la transmission : nombreux chefs d'entreprise y songent, mais peu prennent véritablement le temps d'approfondir la question.

Chaque situation est différente mais la transmission d'une entreprise doit être considérée comme un acte normal de gestion car, à tout moment, un besoin peut naître ou une opportunité se présenter.

Pour vous aider à préparer la transmission de votre entreprise, les Chambres départementales de métiers et de l'artisanat de Picardie et le Fonds social européen ont mis en place une action spécifique en faveur de la transmission d'entreprise et le rapprochement cédant/repreneur.

Un dispositif pour vous accompagner…

Ce dispositif s'articule autour de quatre axes :

■ Sensibilisation des cédants à la nécessité d'anticiper la transmission de leur entreprise.

■ Accompagnement personnalisé grâce à la réalisation sur site d'un diagnostic global de l'entreprise afin de proposer des actions d'amélioration qui permettront de valoriser l'entreprise ; et rencontre avec des experts pour obtenir des conseils juridiques, fiscaux, sociaux.

■ Promotion de la cession via un pack de communication comprenant :
• l'affichage de l'offre de cession dans les locaux de la CMA,
• la mise en ligne d'une annonce sur le site des chambres de métiers et de l'artisanat : **bnoa.net**,
• la publication de l'offre dans le bulletin régional sur la transmission d'entreprise (diffusion aux partenaires, au public lors de réunions, Salons…).

■ Mise en relation cédant/repreneur

Un dispositif pour informer et accompagner les potentiels repreneurs

Les CMA s'engagent également à :

■ susciter et faire émerger l'esprit d'entreprenariat auprès des jeunes, des demandeurs d'emploi, des personnes en reconversion…

■ sensibiliser des porteurs de projet à la reprise : présentation des avantages liés à la reprise et diffusion des offres de cession,

■ accueillir et informer les repreneurs,

■ accompagner à la préparation du projet : faisabilité économique et juridique, statut social…,

■ aider à la recherche de financements, mobilisation des partenaires : plates-formes, Nacre, collectivités, sociétés de garantie, banques…

■ apporter une assistance aux formalités administratives, sociales et fiscales, dépôt du dossier auprès du CFE.

■ AUGMENTEZ VOS CHANCES DE TROUVER UN REPRENEUR !

Vos chambres consulaires vous proposent de diffuser votre offre de cession sur le site www.bnoa.net

CONTACTS :
- **Aisne - Vincent Brunel au 03 23 21 86 98 ou v.brunel@cma-aisne.fr**
- **Oise - Frédéric Sourbet 03 44 10 14 14 ou fsourbet@cma-oise.fr**
- **Somme - Arnaud Ansel au 03 60 12 71 38 ou a.ansel@cma80.fr**

Journée portes ouvertes dans les CFA

Le samedi 16 mars dernier, les CFA de Picardie ont organisé une Journée portes ouvertes à destination des jeunes candidats à l'entrée en apprentissage. 261 et 436 candidats à l'apprentissage ont été recensés respectivement dans les CFA de l'Aisne et de l'Oise. Durant cette journée, les candidats ont pu assister à des démonstrations, échanger avec les équipes pédagogiques, des apprentis et des artisans, obtenir des conseils pour rechercher un maître d'apprentissage (atelier mini CV, fiche conseil pour se présenter à un entretien…), déguster les produits élaborés par nos sections alimentaires et être informés sur la réglementation, les contraintes et les opportunités de l'apprentissage.

CONTACTS :
- **Aisne : Franck Bachelet - CFA de Laon au 03 23 23 16 70 ou laon.cfa@cma-aisne.fr**
- **Oise : Joëlle Bouko - IMA de Beauvais au 03 44 02 21 16 ou ima@cma-oise.fr**


CMA02

Le secteur du bâtiment au cœur du débat sur la transition énergétique en Picardie



Premier consommateur d'énergie en France, le secteur du bâtiment constitue un formidable gisement d'économies d'énergie. C'est la raison pour laquelle le gouvernement a confirmé, lors de la Conférence environnementale, l'objectif de porter chaque année 1 million de logements à des niveaux élevés de performance thermique, 500 000 dans le neuf et 500 000 en rénovation.

Afin donc de tout mettre en œuvre dès aujourd'hui pour atteindre cet objectif ambitieux, la Dreal Picardie a organisé, en partenariat avec le réseau des chambres de métiers et de l'artisanat de Picardie et les organisations professionnelles du bâtiment, trois conférences-débats exposant des retours d'expériences :

- le 2 mai à la CMA 60 à Beauvais,
- le 3 mai à la CMA 80 à Boves,
- le 17 mai à la CMA 02 à Urcel.

Ces réunions ont permis de mettre en lumière les enjeux de la transition énergétique pour le secteur du bâtiment.

Comme l'ont démontré les différents intervenants, l'économie d'énergie sera d'autant plus grande que la qualité du bâti sera élevée. Il est donc fondamental de mieux concevoir et mieux construire. Les artisans du bâtiment sont et seront des acteurs majeurs de la transition énergétique. De par leur proximité, ils disposent d'une position privilégiée, tant auprès des ménages, qu'ils orientent dans leur choix, qu'en matière de diffusion de l'innovation.

Cependant, pour relever le défi, il est indispensable d'accentuer la formation et la qualification en s'appuyant sur l'apprentissage, la formation initiale et continue.

En effet, à ce jour, 60 000 entreprises (au niveau national) ont été formées dans le cadre du dispositif Feebat (Formation aux économies d'énergie dans le bâtiment) en trois ans, soit la moitié de l'objectif prévu par le Grenelle de l'environnement. Des efforts restent donc à fournir.

L'action du réseau des CMA

L'une des priorités du réseau des chambres de métiers et de l'artisanat de Picardie est d'inciter les entreprises artisanales à rechercher le meilleur niveau de performance énergétique et leur faciliter l'accès à ces marchés.

POUR EN SAVOIR PLUS
Sylvie de Guillebon au 03 60 12 72 05 ou s.de-guillebon@artisanat-picardie.fr



■ POUR EN SAVOIR PLUS…

Nous avons interrogé Sylvie de Guillebon, chargée de mission Développement durable à la Chambre régionale de métiers et de l'artisanat de Picardie.

Que propose concrètement le réseau aux entreprises du bâtiment ?

Le réseau des CMA, en collaboration avec les organisations professionnelles du secteur, accompagne les artisans dans le changement de leurs pratiques professionnelles par la formation initiale et continue des professionnels de la construction et de la rénovation (grâce notamment à la mise en place de l'Université régionale des métiers de l'artisanat) et par la promotion des entreprises ayant la qualification « Reconnu Grenelle de l'Environnement ».

Cette valorisation des entreprises vise à anticiper dès à présent la mise en place de l'éco-conditionnalité des aides publiques qui devrait intervenir l'année prochaine.

Par ailleurs, pour les professionnels qui souhaitent développer l'offre globale de travaux à leurs clients, le réseau les accompagne à se structurer en groupements d'entreprises qu'ils soient temporaires ou non.

Et pour les autres artisans, qu'est-il prévu ?

Pour les artisans « consommateurs d'énergie », une opération de diagnostic « énergie » leur permettant d'optimiser leurs consommations et leurs investissements leur sera prochainement proposée.

Ce diagnostic permettra ainsi de dresser un état des lieux des consommations et de leurs coûts en déterminant les postes d'énergie les plus consommateurs, puis d'identifier et quantifier les économies d'énergie potentielles. Il s'agit donc véritablement d'un outil d'aide à la décision pour entreprendre un investissement.

Création d'entreprise

Des étapes à ne pas brûler

Tout un chacun rêve de créer un jour son entreprise, d'être indépendant, de « monter sa boîte ». Toutefois, le challenge est important. Après avoir trouvé l'idée, il va falloir faire des choix stratégiques et trouver la bonne combinaison pour passer de l'idée au projet, et cela, dans la plus grande prudence.

Que vous soyez créateur ou repreneur, il est nécessaire d'établir les étapes de votre démarrage et de les respecter afin d'effectuer les choix les plus pertinents pour la viabilité de votre projet. Vous devrez notamment répondre à de nombreuses questions.

• La première étape consiste à choisir la structure juridique. Entreprise individuelle, société, quelle est la bonne formule ?

• La deuxième étape concerne le choix fiscal : le régime d'imposition, le régime fiscal, l'assujettissement à la TVA qui se combine avec le choix de la structure juridique. Quelle est la bonne combinaison ?

• La troisième étape a trait au régime social : être salarié ou non salarié. Quelle est la bonne couverture, la moins onéreuse mais aussi la plus protectrice ?

• Puis vient la quatrième étape, cruciale, qui vise à scruter le projet par le prisme des chiffres : l'établissement du prévisionnel en tant que premier plan de financement. Quelle est la viabilité du projet de création ou de reprise ?

• Enfin, dernière étape, le futur chef d'entreprise peut se lancer dans les formalités administratives pour démarrer son activité. Immatriculation, rédaction des statuts juridiques… : là encore, c'est le parcours du combattant !

Maintenant, l'entrepreneur peut se lancer dans la jungle mais le plus dur reste à venir. Il va falloir réaliser un chiffre d'affaires conséquent, surveiller la rentabilité, suivre la trésorerie, optimiser ses investissements, manager ses employés, être attentif aux évolutions de la législation, gagner de nouveaux clients et les conserver, etc. Voilà le prix à payer pour être chef d'entreprise mais l'indépendance ne le mérite-t-elle pas ? Telle est la question à se poser !

Article réalisé en partenariat avec Gestélia.

Focus sur la retraite des chefs d'entreprise

Trois questions à Michel Clerc, directeur général de Médicis, la mutuelle retraite des indépendants.

Quels sont les problèmes des chefs d'entreprise en matière de retraite ?

Les indépendants ont une couverture obligatoire moins complète que celle des salariés. Au-delà du plafond de sécurité sociale (37 032 € par an), l'absence de « retraite de cadre » se fait vite sentir. Plus l'indépendant aura des revenus importants, plus le taux de remplacement du revenu par la rente sera faible. Ce que le système de retraite obligatoire ne prévoit pas, c'est au chef d'entreprise de le compléter. Et c'est certainement la loi Madelin qui est le meilleur cadre fiscal ; le seul qui soit spécifique à la retraite des indépendants et qui abrite donc les solutions retraites volontaires qui renforceront le niveau des rentes obligatoires.

Quels sont les atouts des solutions de Médicis ?

Médicis est spécialiste de la retraite supplémentaire en points pour les indépendants. Selon nous, le point de retraite est la seule solution du marché qui soit véritablement une retraite, et non une épargne convertie au final en retraite. Avec les solutions Médicis, chaque fois que le chef d'entreprise fera un versement, son argent sera immédiatement transformé en points de retraite, qui lui seront juridiquement acquis. Cela donne une visibilité immédiate sur le montant de la rente, et permet au patron de réguler ses versements en toute connaissance de cause. De plus, sécurité extrêmement importante, notre mutuelle porte le risque de placement financier à la place de son client.

Quels conseils donner aux chefs d'entreprise sur ce sujet de la retraite ?

Déjà, de s'adresser à un spécialiste retraite et à un spécialiste des indépendants pour être pleinement rassuré. Médicis n'a qu'un seul métier, la retraite, et qu'un seul public, les indépendants. C'est une spécialisation très rare sur le marché. Ensuite, de rentrer dans un plan d'investissement retraite le plus tôt possible, au moins à partir de 40/45 ans. Plus le patron commencera tôt, moins ses versements auront besoin d'être élevés.

Plus d'informations sur www.mutuelle-medicis.com

Article réalisé en partenariat avec Médicis.



Météo

LES « PROS » EN PHASE AVEC LES ATTENTES DE LEURS CLIENTS

C'est la seconde fois que BVA s'intéresse aux « pros » (artisans, commerçants, professions libérales, et patrons de très petites entreprises) et croise leur regard avec celui du grand public. Première indication : le moral est en berne chez les « pros » comme chez les Français, même si les « pros » apparaissent moins pessimistes (34 % de confiants, contre 20 % dans le grand public). Chez les « pros », il y a des raisons objectives à ce petit moral, 55 % d'entre eux se situant déjà en dessous de leurs objectifs financiers. Les artisans sont même 61 % à se déclarer en retard sur leurs objectifs. Les pros sont notamment inquiets de l'impact de la crise sur leur activité (30 % des citations) et de l'évolution de la fiscalité (25 %). Malgré cela, les « pros » restent satisfaits d'exercer leur profession (70 %). Ils s'avèrent aussi fort lucides sur le regard porté par le public sur leur profession. Ils savent qu'ils jouissent d'une bonne image et sont très conscients des attentes prioritaires de leurs clients. La qualité du travail étant – de loin – le critère numéro un. Ils savent aussi que la qualité de la relation et le respect des délais l'emportent sur les prix. Fait assez rare : cette hiérarchie supposée des priorités est exactement celle livrées par leurs clients.

« Le Baromètres des pros » BVA – Aviva – Les Échos, avril 2013, 2e édition. Réalisé du 18 février au 11 mars auprès d'un échantillon représentatif de 6 468 personnes (grand public) et de 1 015 travailleurs indépendants et chefs d'entreprise de moins de 10 salariés.

LES PME, MOTEUR DE L'EMPLOI

77 % des TPE-PME interrogées par Novalto en avril ont créé de l'emploi en 2012. Alors que le chômage est à son plus haut dans l'Hexagone, elles ne sont que 24 % à avoir supprimé des emplois l'an dernier et un tiers d'entre elles prévoit de recruter au 1er semestre 2013 (dont la moitié plus de deux personnes), autant au second semestre. 62 % de ces recrutements correspondent à des créations de poste. Autre enseignement de cette enquête, les dispositifs gouvernementaux semblent encore méconnus. Plus de 90 % des entreprises créatrices d'emplois en 2013 indiquent ainsi ne pas s'être renseignées afin de savoir si ces recrutements seront facilités par le CICE, l'accord de flexisécurité, les contrats d'avenir ou encore le contrat de génération.

Étude du groupement Novalto réalisée en avril auprès de 240 chefs d'entreprise de TPE-PME (taille moyenne : 11 salariés).

NOUVELLE DÉGRADATION POUR L'ARTISANAT ET LE COMMERCE PROXIMITÉ

L'enquête de conjoncture UPA / I+C sur le 1er trimestre 2013 indique que la situation ne cesse d'empirer pour l'artisanat et le commerce de proximité. Les entreprises du secteur accusent un repli significatif de leur chiffre d'affaires de 3 %. Il s'agit du 4e trimestre consécutif de baisse (- 0,5 % au 2e trim. 2012 ; - 1,5 % au 3e trim. 2012 ; - 2 % au 4e trim 2012) et le rythme de la dégradation s'accélère. Tous les métiers sont touchés. Les entreprises artisanales des travaux publics, de la fabrication, ainsi que le secteur de l'hôtellerie-restauration enregistrent les reculs les plus marquants, entre - 5 % et - 5,5 % (en valeur). Les artisans des services accusent un recul d'activité de 3,5 %. Les artisans de l'alimentation, les commerces alimentaires de proximité et les artisans du bâtiment s'en sortent mieux avec une baisse contenue à - 1,5 %. 39 % des chefs d'entreprises interrogés constatent par ailleurs une dégradation de leur situation financière au cours du 1er trimestre 2013, quand 7 % seulement notent une amélioration. L'enquête révèle enfin que les entreprises les plus petites sont celles qui éprouvent le plus de difficultés.

Enquête réalisée à la demande de l'UPA par l'Institut I+C dans la première quinzaine du mois d'avril 2013 auprès d'un échantillon représentatif de 4 700 entreprises de l'artisanat et du commerce de proximité.

TABLEAU DE BORD

SOCIAL

- Smic au 1er janvier 2013 : 9,43 €/heure soit 1 430,22 €/mois (151,67 heures de travail)
- Minimum garanti au 1er juillet 2012 : 3,49 €
- Plafond mensuel de la Sécurité sociale 2013 : 3 086 €
- Taux de chômage en France (y compris Dom) : 10,6 % de la population active au 4e trimestre 2012 (10,2 % hors Dom)
- Barème de frais 2013 : collation hors des locaux de l'entreprise ou sur chantier : 8,60 € ; repas au restaurant lors d'un déplacement professionnel : 17,70 € ; logement et petit-déjeuner 47 € (63,30 € pour Paris et les départements 92, 93 et 94)

PRIX

- Indice des prix à la consommation : 127,24 en avril 2013 (ensemble des ménages, tabac inclus, base 100 en 1998), en baisse de 0,1 % sur un mois et en hausse de 0,7 % sur un an.
- Indice du coût de la construction : 1 639 au 4e trimestre 2012 (base 100 au 4e trimestre 1953).

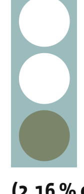
FINANCE

- Taux d'intérêt Euribor 3 mois (29 mai) : 0,200 %
- Taux d'intérêt Euribor 12 mois (29 mai) : 0,476 %
- Taux de l'intérêt légal 2013 : 0,04 %

Elle a dit

« Les artisans et les petits commerçants sont des entrepreneurs qui créent de l'emploi et favorisent la cohésion sociale : leurs attentes et les enjeux spécifiques auxquels ils sont confrontés justifient une action ciblée et adaptée. (...) Parmi les premières mesures [du Pacte pour l'artisanat], nous allons créer des indications géographiques pour les produits manufacturés afin de protéger et de valoriser les savoir-faire d'excellence de nos territoires, dans le cadre du projet de loi qui sera débattu au parlement avant l'été. »

Sylvia Pinel, ministre de l'Artisanat, du Commerce et du Tourisme, dressant le bilan de sa première année d'action, le 21 mai 2013.



FEU VERT

Les crédits aux TPE/PME ont progressé de + 2, 2 % sur un an (à fin mars 2013), pour un total de 189,3 milliards d'€. Les taux pratiqués en France (2,16 % en moyenne) sont inférieurs à ceux de la zone euro (3,83 % en moyenne). Près de 8 PME sur 10 ont obtenu les crédits demandés entre octobre 2012 et mars 2013.

Source : Fédération bancaire française, 15 mai 2013.



FEU ORANGE

83 % des PME émettant des factures électroniques n'utilisent qu'un PDF simple par e-mail. Elles ne sont encore que 5 % à avoir recours à l'Échange de Données Informatisées (EDI).

Source : Baromètre Sage, « Les PME et la facture électronique », janvier 2013.



PAROLES D'EXPERT

POINT DE VUE DU NOTAIRE SUR… LA SCI FAMILIALE

Une société civile immobilière familiale permet aux membres d'une même famille d'être propriétaires, dans des proportions différentes ou pas, et de gérer ensemble, un ou plusieurs biens immobiliers, et ce, dans un but non commercial. C'est une solution pratique dans bien des cas…



©DR

En effet, il arrive fréquemment que plusieurs personnes, qui ne l'ont pas choisi au départ, se retrouvent ensemble propriétaires d'un même bien immobilier (ex : en cas d'acquisition sous le régime de la séparation de biens, en cas de divorce ou de séparation de corps, en cas de décès…). Ce sont alors les règles de l'indivision qui s'appliquent. L'ensemble des propriétaires de l'immeuble doit alors apprendre à gérer de concert ledit immeuble et s'entendre pour prendre des décisions communes. Toutefois, tout un chacun est libre de sortir de cette indivision à tout moment : cela se traduit le plus souvent par la vente dudit bien immobilier. À défaut, la mésentente s'installe et une situation de blocage se crée. Il est alors fortement conseillé de prévoir la constitution d'une société civile immobilière pour éviter ces dérives.

Qu'est-ce qu'une SCI familiale ?

C'est une société dans laquelle les membres d'une même famille, qui le souhaitent, apportent une quote-part d'un immeuble qu'ils possèdent et c'est alors la société qui en devient le propriétaire, chaque apporteur récupérant en contrepartie des parts sociales correspondant à son apport.

Les SCI sont réglementées par les dispositions communes à toutes les sociétés, fixées par les articles 1832 et suivants du Code civil, ainsi que par les articles 1845 et suivants.

Comment ça fonctionne ?

Deux personnes suffisent pour constituer une SCI. La loi ne fixe pas de maximum ni de condition de nationalité, comme dans certaines autres formes de sociétés. Il est même possible pour un mineur d'être associé dans une SCI car elle n'a pas une vocation commerciale. Sa durée de vie est de 99 ans au plus.

Les statuts régissent son fonctionnement. Ils doivent impérativement être rédigés par écrit par un professionnel du droit. Leur rédaction est assez libre mais il est important d'y insérer certaines clauses relatives par exemple à l'étendue du mandat du gérant, aux règles de majorités lors des votes des assemblées, de limiter parfois le droit de vote aux seuls parents, de prévoir une réglementation spécifique en cas de vente ou échange de parts, de prévoir des agréments en cas d'entrée dans la société ou de sortie…

Qui la dirige ?

Un gérant est nommé pour traiter les affaires courantes, les décisions plus importantes étant généralement prises en assemblée, selon la majorité fixée par les statuts. Dans une SCI familiale constituée uniquement entre parents et enfants et où les parents sont cogérants, la durée de leur mandat n'est en général pas spécifiée et cesse à leur décès ou à la fin de la durée d'existence de la SCI.

Comment constituer une SCI ?

Il conviendra dans un premier temps de vous rapprocher de votre notaire habituel pour faire établir les statuts de votre SCI et ce, afin d'éviter tout écueil, leur rédaction pouvant s'avérer délicate. Il se chargera pour vous de faire toutes les formalités nécessaires (enregistrement des statuts, publicité légale, inscription au Centre de formalité des entreprises…).

CONTACT CMA02 :
Ludivine BACLET, Service d'Action Économique, 03 23 21 86 98
ou l.baclet@cma-aisne.fr

CONTACT
Chambre des Notaires de l'Aisne :
26 rue Georges Ermant 02000 LAON
03 23 20 27 47
chambre.aisne@notaires.fr



INSCRIPTION :
03 23 21 86 98
serv.eco@cma-aisne.fr



Juridique Aisne

CONTACT :
Service d'Action Économique
03 23 21 86 98
serv.eco@cma-aisne.fr

INFORMATION SUR LA RETRAITE COMPLÉMENTAIRE DES ARTISANS

Jusque fin 2012, deux régimes complémentaires co-existaient, gérés l'un et l'autre par le RSI :

- Pour les artisans, un système de retraite complémentaire créé en 1979.
- Pour les commerçants et les industriels, un régime complémentaire mis en place en 2004.

Avec des taux de cotisations différents :

- Les artisans acquittaient une cotisation en deux tranches :
  - 7,2 % de la part de leur revenu situé en dessous d'un certain plafond, fixé en 2012 à 35 876 €
  - 7,6 % de la part de leur revenu situé entre 1 et 4 fois le plafond de la Sécurité sociale (soit entre 35 846 et 145 488 € pour 2012).Il y avait également une cotisation minimale d'un montant de 138 € en 2012.
- Les commerçants et industriels acquittaient quant à eux une seule cotisation de 6,5 % sur la part de leur revenu inférieur à 3 fois le plafond de la Sécurité sociale (soit 109 116 € en 2012). Il y avait également une cotisation minimale d'un montant de 124 € en 2012.

Depuis le 1er janvier 2013, artisans, commerçants et industriels bénéficient du **même régime de retraite complémentaire, qui reste un régime par points**. Les points acquis antérieurement continueront à compter de la même façon.

NB : Pour percevoir une pension complémentaire complète, il faut avoir liquidé sa retraite de base à taux plein. Si la retraite de base a été liquidée à un taux réduit, la pension de retraite complémentaire est également réduite.

Les taux de cotisations sont donc désormais les mêmes pour tous les assurés RSI, à savoir :

- 7% sur la part du revenu située en dessous d'un certain plafond ; en 2013, ce plafond est celui de la Sécurité sociale (soit 37 032 €), mais il sera réévalué ensuite chaque année suivant une règle un peu différente de celle qui sert à fixer le plafond de la Sécurité sociale.
- 8 % sur la part du revenu située entre le plafond de la première tranche et 4 fois le plafond de la Sécurité sociale (soit entre 37 032 € et 148 128 €).

Il existe toujours une cotisation minimale, calculée sur la base de 7 % de 5,25 % du plafond de la Sécurité sociale, soit 136 € en 2013.

Pour information complémentaire sur la durée de cotisation pour la retraite :

Les assurés nés en 1956 doivent justifier de 166 trimestres de cotisation soit 41,5 ans pour pouvoir bénéficier d'une pension de retraite à taux plein.

Le gouvernement a suivi l'avis rendu en septembre dernier par le Conseil d'orientation des retraites (COR) qui préconisait cette mesure pour tenir compte de l'allongement de l'espérance de vie de la génération 1956.

Vous envisagez d'investir dans le cadre du développement de votre entreprise ?

DES AIDES EXISTENT ! DEMANDEZ À VOTRE CMA02 !

Voici les principales aides dont vous pouvez bénéficier :

FIDARCO alimentation services			
Pour qui ?	**Pour quels investissements ?**	**Montant des aides**	CONSEIL GÉNÉRAL L'AISNE
Entreprises inscrites au RM ou en cours d'immatriculation (sauf : Restauration sur place) Taxi éligible	Matériel, mobilier, construction, aménagement et achat de locaux, véhicule utilitaire	Subvention de 15% de l'investissement HT compris entre 5 000 et 40 000 € Subvention maximale de 6 000 €	
FIDARCO bâtiment et production			
Pour qui ?	**Pour quels investissements ?**	**Montant des aides**	CONSEIL GÉNÉRAL L'AISNE
Entreprises inscrites au RM ou en cours d'immatriculation	Matériel, véhicules utilitaires neuf ou d'occasion si garantie	Avance remboursable de 0% à 3.5 % à hauteur de 30 % de l'investissement H.T Plafonnée à 50 000 €. Minimum d'inv. : 10 000 € H.T. Remboursement trimestriel sur 12 à 60 mois (Frais de dossier: 150€) Pour les taxis et ambulances/VSL, avance remboursable possible si le véhicule bénéficie de la prime écologique (30 %) ou si le véhicule n'a pas de malus (20 %)	
Avance remboursable à l'artisanat			
Pour qui ?	**Pour quels investissements ?**	**Montant des aides**	PICARDIE
Artisans de + de 36 mois Artisans de - 36 mois avec CAP ou 3 ans d'expérience avec apport personnel au moins égal à 50% de l'avance remboursable.	Matériel et véhicules (hors remplacement), plus les aménagements si projet global.	Avance remboursable de 0% à 3.5% à hauteur de 30% de l'investissement H.T Plafonnée à 30 000 €. Minimum d'inv. : 10 000 € H.T. Remboursement trimestriel sur 12 à 60 mois (avec un minimum de 500 €) Pour les taxis et ambulances/VSL, avance remboursable possible si le véhicule bénéficie de la prime écologique (30 %) ou si le véhicule n'a pas de malus (20 %)	
Aide à l'investissement des artisans de la Communauté d'agglomération de Saint-Quentin			
Pour qui ?	**Pour quels investissements ?**	**Montant des aides**	COMMUNAUT D'AGGLOMÉRATIO DE SAINT-QUENTI Capitale de Haute-Picardie
Entreprises artisanales (créateurs, repreneurs) inscrites au Répertoire des Métiers (ou en cours d'immatriculation en cas de reprise), à jour de ses obligations fiscales et sociales.	Modernisation de l'outil de production, agencement de l'atelier de production Investissements en biens d'équipements productifs, Acquisition de véhicules (neufs ou d'occasion regarantie)	Subvention de 15 % du montant HT des investissements Avec un plafond d'aide à 2 000 €, soit investissement maximum à 13 334 HT	
Aide à l'embellissement et l'aménagement des points de vente de la ville de Saint-Quentin			
Pour qui ?	**Pour quels investissements ?**	**Montant des aides**	SAINT-QUENTIN la ville vous sourit
Entreprises artisanales (créateurs, repreneurs) saines inscrites au Répertoire des Métiers (ou en cours d'immatriculation en cas de reprise) dont la surface de vente est inférieure à 400 m2,	Investissements réalisés dans le cadre des travaux d'embellissement (vitrine, enseigne, éclairage, façade....), d'agencement intérieur et de sécurisation du point de vente (alarme, rideau métallique, serrures renforcées aux issues du local, équipements de sécurité, vidéo...)	Subvention de 20 % du montant HT des investissements Avec un plafond d'aide à 2 000 €, soit investissement maximum à 10 000 HT	
Aide à l'investissement des artisans de la Communauté communes du Laonnois			
Pour qui ?	**Pour quels investissements ?**	**Montant des aides**	COMMUNAUTÉ de COMMUNES du LAONNOIS
Entreprises artisanales de plus de 24 mois inscrites au Répertoire des Métiers (sauf en cas de reprise), à jour de ses obligations fiscales et sociales	Agencement intérieur de l'espace commercial de vente Travaux d'embellissement (vitrine, enseigne, façade...) Acquisition de véhicules Investissement Informatique et bureautique Travaux de sécurisation Travaux d'accessibilité aux personnes à mobilité réduite	Subvention de 20% plafonnée à 3000€ maximum, avec un minimum de 4000€ et un maximum de 15 000€ de travaux	

CONTACT :
Service d'Action Économique,
03 23 21 86 98 ou serv.eco@cma-aisne.fr

LES AIDES À L'EMPLOI

Soutien à l'emploi dans le cadre des Fonds de revitalisation

Pour qui ?	**Descriptif**
Entreprises implantées dans une zone éligible aux fonds de revitalisations	Subvention de 2 000 € pour chaque CDI temps plein nouveau augmentant l'effectif salarié initial. Pour tout CDI temps partiel, la prime sera calculée au prorata temporis. **(Pour connaître les zones, contactez la chambre de métiers et de l'artisanat de l'Aisne)**

Contrat Unique d'Insertion (CUI-CIE)

Pour qui ?	**Descriptif**
Entreprises affiliées à l'UNEDIC qui embauchent des personnes sans emploi rencontrant des difficultés particulières d'accès à l'emploi (critères fixés annuellement par le préfet de région).	Entreprises du secteur marchand qui embauchent des personnes sans emploi rencontrant des difficultés particulières d'accès à l'emploi. Aide mensuelle pouvant atteindre au maximum 30 % du SMIC brut horaire (pendant maximum 10 mois et dans la limite de 33 heures hebdomadaire) pour toute embauche en CDI. Cumulable avec la réduction Fillon et aides AGEFIPH.

Contrat d'apprentissage

Pour qui ?	**Descriptif**
Embauche de jeunes souhaitant acquérir une qualification professionnelle de 16 à 25 ans (dérogations possibles au-delà) en CDD de 1 à 3 ans (4 ans si apprenti reconnu handicapé). Rémunération: 25 à 78 % du Smic selon l'année de formation et l'âge de l'apprenti. Des rémunérations différentes peuvent s'appliquer en fonction des dispositions conventionnelles (Ex : bâtiment, coiffure...)	* Indemnité compensatrice forfaitaire (Conseil Régional) de 1 000 € minimum/année de formation. Des majorations sont prévues dans les cas suivants : embauche d'une jeune fille sur un métier réputé masculin ou d'un jeune homme sur un métier réputé féminin * Crédit d'impôt de 1 600 € par apprenti par année de formation (2 200 € pour les apprentis handicapés) dont le contrat a été conclu depuis au moins 6 mois. Crédit d'impôt plafonné au montant des dépenses de personnel relatives aux apprentis diminué des aides publiques perçues. *Exonération de charges sociales patronales et salariales pour les entreprises de moins de 11 salariés sauf accident du travail et maladies professionnelles, retraite complémentaire et prévoyance obligatoire. *Exonération de la taxe d'apprentissage sous réserve de recruter un apprenti et avoir une masse salariale < à 6 SMIC annuel (soit 101 665€)

Réduction Fillon

Pour qui ?	Descriptif
Toute entreprise, quel que soit son temps de travail, qui embauche en CDI ou CDD, quel que soit l'horaire de travail (temps partiel compris)	Allégement des cotisations patronales de sécurité sociale sur les salaires compris entre le SMIC et 1,6 fois le SMIC

Contrat de Professionnalisation

Pour qui ?	**Descriptif**
Toute entreprise affiliée à l'UNEDIC qui embauche des jeunes de 16 à 25 ans ou des demandeurs d'emploi de plus de 26 ans en CDI ou CDD de 6 à 12 mois	Contrat avec un demandeur d'emploi de 26 ans et plus : *Aide forfaitaire à l'employeur de 2000€ (versée en 2 fois au 3e et 10e mois), aide proratisée en cas de temps partiel. Contrat avec un demandeur d'emploi de 45 ans et plus : *Aide forfaitaire à l'employeur de 2000 € (versée en 2 fois au 3e et 10e mois), aide proratisée en cas de temps partiel. *Aide de l'État de 2000€ (versée en 2 fois au 3e et 10e mois). * Exonération de cotisations patronales de sécurité sociale (sauf accident du travail et maladies professionnelles) pendant la durée de l'action de professionnalisation. Contrat conclu avec une personne de 16 à 44 ans : *Réduction Fillon applicable.

Contrat de génération

Pour qui ?	**Descriptif**
Entreprises du secteur privé de – de 300 salariés qui souhaite embaucher un jeune et qui en parallèle maintien ou embauche un senior dans son entreprise.	Le jeune recruté doit avoir entre 16 et 25 ans. Exception : -jusque 30 ans si reconnu travailleur handicapé -âgé de plus de 26 ans s'il a été recruté dans l'entreprise en CDD, contrat d'apprentissage, contrat de professionnalisation et ce avant son 26 e anniversaire et le 01/03/2013. Le senior maintenu dans son emploi doit être âgé d'au moins 57 ans (55 ans si reconnu travailleur handicapé). Ce senior de 57 ans peut être le chef d'entreprise s'il souhaite transmettre son entreprise au jeune embauché. Le senior embauché doit avoir 55 ans au moment de l'embauche. Aide de l'état de 4000€ par an pendant 3 ans à condition que le binôme soit maintenu.

Emplois d'avenir

Pour qui ?	**Descriptif**
Entreprises du secteur marchand (conditions fixées par le Préfet de Région) qui embauchent un jeune de 16 à 25 ans, peu ou pas qualifié, en CDI à temps plein, avec une obligation de formation.	Aide de l'État à hauteur de 35% du SMIC brut mensuel pour 3 ans maximum. Aide du Conseil régional de Picardie à hauteur de 15%. Aide du Conseil général de l'Aisne à hauteur de 10 %.

INTERVIEW

LA BOUCHERIE DE MONSIEUR CORDIN

Sylvain Cordin a un parcours plutôt atypique : titulaire d'un CAP en boucherie-charcuterie, il travaille comme salarié pendant une dizaine d'années dans une entreprise de prestations de services en tant que grutier sur des chantiers à l'étranger (moyen et extrême Orient).

Suite à un accident du travail, il envisage une reconversion professionnelle et revient à sa passion d'origine à savoir la boucherie-charcuterie.
En 2011, il rachète un fonds à Sissonne, une commune de 2 000 habitants située au nord est de Laon, et s'installe avec son épouse, conjointe collaboratrice, et est également aidé d'un apprenti, à qui il transmet sa passion du métier.
« *J'adore les challenges* », nous confiera Sylvain Cordin.
C'était effectivement un beau défi à relever que de rouvrir une boucherie en milieu rural, en sachant que le maître mot de ce jeune repreneur a toujours été et est toujours : « *Se démarquer par la qualité* ».

Et il a réussi !

Ne travaillant que la viande Limousine, que le porc fermier et faisant tous ses produits « maison », Sylvain Cordin s'est rapidement démarqué par la qualité de ses productions, par son souci constant d'esthétique et par sa convivialité qui ne peut que ravir les clients !



cma 02

C'est ainsi qu'il a réussi à capter et à fidéliser une clientèle tant locale que départementale allant même jusqu'au département limitrophe.

Monsieur Cordin a suivi à la CMA02 le Stage de préparation à l'installation, le stage Hygiène Qualité et a rencontré un conseiller d'entreprise lors de son projet d'achat d'un véhicule utilitaire pour réaliser son activité de traiteur dans les meilleures conditions possibles.
« *Grâce aux conseils de la CMA02, j'ai pu bénéficier du Fidarco (Fonds d'intervention départemental de soutien à l'artisanat et au commerce) et faire un point d'ensemble sur mon activité. Dorénavant, dès que j'ai une question ou un projet, je contacte la CMA02 et j'encourage les autres artisans à faire de même !* »
Toujours positif dans ses propos, Sylvain Cordin va de l'avant et croit dans ce qu'il fait. N'est-ce-pas là la clef de la réussite ?

Bravo et bonne continuation à vous Monsieur Cordin !

CONTACT :
Vincent BRUNEL et Vincent RASSINOUX service d'action économique 03 23 21 86 98
v.brunel@cma-aisne.fr
v.rassinoux@cma-aisne.fr

Aide à l'embauche de jeunes : le « contrat de génération »

La loi du 1er mars 2013 portant sur la création du contrat de génération est entrée en vigueur le 18 mars dernier.
Ce dispositif permet aux entreprises de moins de 50 salariés, notamment, de bénéficier d'une aide financière de l'État de 4 000 € par an, pendant trois ans.
Pour y prétendre, les entreprises doivent embaucher en CDI à temps plein (ou au 4/5e) un jeune de moins de 26 ans* (ou 30 ans s'il est handicapé) tout en conservant un salarié de 57 ans ou plus (ou 55 ans s'il est handicapé ou si embauche du senior conjointement).
Cette aide peut également être versée lorsque le chef d'entreprise, âgé de 57 ans ou plus, recrute un jeune en vue de lui transmettre son entreprise.
Pour en bénéficier, l'employeur doit remplir certaines conditions, et notamment ne pas avoir procédé à un licenciement dans les 6 mois précédents, et être à jour de ses obligations déclaratives et de paiement à l'égard des organismes de sécurité sociale ou d'assurance chômage.

La demande d'aide doit être envoyée dans un délai de 3 mois suivant l'embauche à Pôle emploi services- TSA 80114 – 92891 NANTERRE CEDEX 9.

*Possible pour les plus de 26 ans, s'il s'agit d'un maintien dans l'emploi (passage en CDI) d'un jeune recruté en CDD, contrat d'apprentissage, contrat de professionnalisation avant le 01/03/2013 et alors âgé de moins de 26 ans au moment de son entrée dans l'entreprise.

CONTACT :
Cécile MINART service d'action économique au 03 23 21 86 98
c.minart@cma-aisne.fr

LA BANQUE PUBLIQUE D'INVESTISSEMENT

UN SOUTIEN FINANCIER POUR LES ENTREPRISES

La Banque Publique d'Investissement (BPI), créée le 1er janvier 2013, a pour objectif d'aider les entreprises à se financer.

Elle regroupe plusieurs organismes :
- Oséo qui participe au financement des PME et de l'innovation ;
- le Fonds stratégique d'investissement (FSI), filiale de la Caisse des dépôts qui prend des participations minoritaires dans le capital des entreprises ;
- CDC Entreprise, filiale de la Caisse des Dépôts, qui gère les prises de participations dans les PME de la Caisse Ubifrance qui facilite les exportations des entreprises, devra intégrer la BPI.

La création de la BPI qui regroupe tous les services, permet aux entreprises d'avoir un guichet unique dans chaque région. La capacité de financement totale de la BPI a été fixée à 42 milliards d'euros* pour remplir ses diverses missions :
• 20 milliards d'euros pour des prêts directs aux entreprises.
• 12 milliards d'euros pour des garanties de prêts accordés par le secteur privé
• 10 milliards d'euros pour des investissements en fond propre dans des sociétés.

La BPI met en place de nouveaux instruments de financements

Les prêts pour l'innovation, le préfinancement du crédit d'impôt recherche… mais également :
- Un nouveau fonds de garantie de 500 millions d'euros, déjà lancé, pour permettre aux PME et aux TPE de contracter des crédits auprès de leurs banques.

- Un préfinancement du crédit d'impôt pour la compétitivité et l'emploi sous la forme d'une avance de trésorerie, dispositif ouvert par Oséo depuis le 5 avril 2013 à l'ensemble des entreprises, quelle que soit leur taille, grâce à une procédure simplifiée, permettant dorénavant à toutes les entreprises de recevoir dès cette année 85% du montant de leur CICE remboursable par l'État en 2014. Oséo recrutera à cette fin des équipes supplémentaires en intérim et développe un système d'information dédié.

- Ces fonds proviennent des entités déjà existantes (Oséo, FSI et CDC entreprises).

- CICE : dispositif fiscal qui permet d'obtenir un crédit d'impôt égal à 4% des rémunérations versées en 2013 (et 6 % à compter de 2014) n'excédant pas 2,5 fois le Smic.

CONTACT :
Service d'Action économique,
03 23 21 86 98
serv.eco@cma-aisne.fr

À PROPOS DE LA MAAF

CONVENTION DE PARTENARIAT MAAF RENOUVELÉE



Vendredi 19 avril dernier a été renouvelée la convention de partenariat avec la MAAF. Cette signature ne fait que renforcer un partenariat déjà bien ancré au sein de la CMA02.

En effet, depuis sa création il y a 60 ans par les artisans, la MAAF est le partenaire naturel et légitime des chambres de métiers et de l'artisanat.
Au contact permanent des professionnels et de leurs institutions représentatives, la MAAF est proche du secteur de l'artisanat et mène des actions en ce sens : information des créateurs d'entreprises, actions de sensibilisation, participation aux supports de communication et aux événements de la CMA02…



cma 02

Le CFA de la CMA02 a participé pour la première fois cette année au concours « Goût et Santé » organisé par la Maaf (lire p.6).

Transmission Aisne

ANNONCES DE CESSION

ALIMENTATION

A220
À céder - cause retraite – **restaurant traditionnel** - Cadre chaleureux et agréable – Grand Laonnois – 4 salariés (PT) **CA moyen 400 000 €**. - Loyer Murs 1 000 €/mois – Matériels et locaux aux normes – Potentiel à développer - **Prix du Fonds : 210 000 €**

A222
À céder – **boucherie charcuterie alimentation générale** – Axe Laon Reims – Pas de salarié – **CA 160 000 €** - Loyer mensuel 825 € - Magasin refait à neuf (5 ans) – Matériel 5 ans – **Prix : 55 000 € à débattre**

A223
À céder - cause Chgt Région - **boucherie charcuterie traiteur** - Nord Aisne -1 apprenti - **CA moyen : 130 000 € - Loyer Murs 788 €** (Dt Hab. 3 chambres) **Prix du Fonds 60 000 €** - Laboratoire et matériels aux normes

A224
À céder - **boucherie charcuterie traiteur** - Sud Aisne (vignoble champenois) - Bourg tout commerce et très actif (cdf, école, médecin, dentiste, kiné, gare, …) - 1 salarié - Laboratoire aux normes (création 2005) - Matériel neuf ou récent et complet + 1 véhicule réfrigéré (jumper) - Magasin refait à neuf (mars 2007) - **CA : 400 000 €** - Loyer : 1 000 € ttc/mois - **Prix : 130 000 €** à négocier ou faire offre

A225
Cause retraite - à céder - **charcuterie traiteur** - entre Saint Quentin et Laon - 44 ans d'existence - 4 salariés dont 2 temps partiel - **CA : 480 000 €** - Laboratoire aux normes - Nombreux matériels - **Prix : 100 000 €** à débattre - Location ou vente des mus avec habitation F7 et dépendances - Accompagnement possible. Possibilité de location gérance.

A226
Cause retraite – à céder – **boucherie charcuterie traiteur** – Région Vervins - 1 salarié mi-temps – **CA : 260 000 € - Loyer : 700 €/mois** comprenant un logement type F5 – **Prix : 80 000 €** - activité traiteur à développer

A227
À céder - **restaurant traditionnel et savoyard - traiteur** - tenu depuis 12 ans - Diversification possible - LA FERE - 2 apprentis - 2 salles (2*30 couverts) - Matériel en bon état - **CA moyen : 85 000 € - Loyer 800 € - Prix : 55 000 €** - possibilité vente des murs et location habitation en plus - accompagnement possible

A228
Cause retraite – **boulangerie-pâtisserie** tenue depuis 34 ans – Nord du Département – 1 salarié – Habitation avec 3 chambres - **CA moyen 132 000 € – Prix : 95 000 € - Prix des murs : 75 000 €** - Possibilité de location – Stationnement facile – proche centre-ville, lycée et collège Affaire à redévelopper

A229
À céder – Murs **boucherie charcuterie** avec habitation F5 – Ambleny 1 200 habitants – Libre d'occupation - Pas de salarié – Seule dans le canton – **Prix des murs : 100 000 euros** – travaux à prévoir – accès facile – Potentiel à développer

A230
À céder - Cause retraite - **boucherie charcuterie** - Traiteur à développer - Centre ville CHAUNY - Parking à proximité - Pas de salarié - Présent sur le marché de Chauny - **CA moyen : 115 000 € - Loyer mensuel avec habitation 3 chambres : 382 € - Prix : 25 000 €** Possibilité achat murs.

A231
À céder - **boucherie charcuterie** ($100\ m^2$) - Traiteur à développer - 1 salarié boucher charcutier - centre-ville BOUE - **CA moyen : 220 000 € - Prix du fonds : 80 000 €** - Murs (dont hab. 4 Ch. $220\ m^2$) à vendre 220 000 € ou à louer - Terrain - Habitation et local professionnel refait à neuf - Matériel récent

A232
Cause retraite - à céder - **hôtel bar restaurant traiteur de tourisme** - Thiérache Secteur Nord Est Aisne - 2 salles pouvant accueillir 40 couverts (60 en banquet) - 8 chambres - pas de salarié, géré par un couple - **CA moyen : 120 000 €**
Prix : 97 000 € pour le fonds (dont licence 4) - possibilité achat des murs - **loyer : 6 000€/an** - Très Bonne rentabilité - Accompagnement possible - possibilité de développer l'affaire - Idéal pour couple avec qualification en cuisine.

BÂTIMENT

B154
À céder -cause retraite - **entreprise d'électricité industrielle** (installation haute et basse tension / courant faible / destruction de transformateurs aux PCB / câblages d'armoires / éclairage public / entretien de poste HTBT / automatismes) - Arrondissement de CHATEAU THIERRY – 6 salariés – Entreprise bien équipée et en développement - Zone de chalandise : AISNE OISE SEINE ET MARNE et MARNE - **CA moyen sur 3 ans: 650 000€** - Prix : Non connu - Accompagnement du cédant possible (forme et durée à déterminer avec le cédant)

B162
À Céder – Cause retraite – Entreprise **monteur d'antennes** – Nord de l'Aisne – Pas de salarié – CA moyen 300 000 euros – Très bonne rentabilité – **Prix : 40 000 €** à débattre – Accompagnement possible

B163
À vendre – **entreprise de terrassement et location de matériels** – cause retraite – situation limite Aisne-Nord-Ardennes – bon niveau d'équipement – 2 salariés – **CA moyen 180 000 € HT** - local (cour + bâtiments) **1 000 € / mois – Prix FDC : 295 000 €** / A débattre / accompagnement possible

B164
À vendre – **entreprise Étanchéité / couverture / isolation** – certification Qualibat - cause changement d'orientation professionnelle – secteur Soissons – Local à disposition – 5 salariés – **CA moyen 735 000 € HT** - Carnet de commandes en cours de 700 000 € – **Prix FDC : 165 000 €** accompagnement possible

B165
À Vendre – **Entreprise Plomberie chauffage** – cause retraite Secteur Villers Cotterets – pas de salarié Clientèle de particuliers et contrats collectivités **CA 164 000 € HT** – bonne rentabilité **Prix du fonds : 45 000 €** - Accompagnement possible

B166
À céder, cause retraite – **serrurerie / menuiserie** (fabrication / pose / SAV) - secteur sud de l'Aisne – bonne notoriété (depuis 3 générations) - clientèle de particuliers & professionnels - 10 salariés - **CA moyen 1 280 K€ HT** - carnet de commandes 500 K€ - Local 900 m^2 (sur terrain de $2\ 400\ m^2$) **loyer 1 825 € HT** - Expérience technique nécessaire - Accompagnement possible - **Prix du fonds : 345 000 €**

PRODUCTION

P069
À céder - cause retraite - **activité de marbrerie** - axe Laon Reims - pas de salarié - **CA moyen de 45K€ - Prix : 45 000 €** stock compris - Accompagnement possible forme et durée à déterminer avec le cédant

P070
À céder – Cause retraite – **serrurerie-métallerie ferronnerie automatisation** (Portails, portes automatiques, volets roulants, etc.) – Atelier 190m²+bureau, garages – Sud de l'Aisne – 1 salarié (Partant) – **CA moyen 240 000 €** - Matériels en bon état – **Loyer 950 € H.T.** – Accompagnement possible – **Prix : 175 000 euros**

SERVICES

S474
À céder - **pressing** - Château thierry - local de 36 m^2 - Pas de salarié - Machine de nettoyage à sec récente aux normes - **CA : 50 777 € - Loyer 665 € TTC/mois Prix : 45 000 €** - Possibilité achat droit au BAIL TOUT COMMERCE **seul : 20 000 €**

S480
Cause retraite - A céder - **carrosserie** - région Soissons - 9 salariés - **CA moyen HT : 900 000 € - Prix des parts sociales : 350 000 €**

S482
Cause retraite - à céder - **armurerie** - Aisne - Très bien située - 2 salariés - **CA moyen : 730 000 € - Loyer : 3 000 €/mois Prix : 360 000 €**

S485
À céder - Cause santé - secteur Nord de l'Aisne- Fonds de commerce de **graineterie animalerie fleurs pêche** sur un emplacement privilégié - surface magasin 165m^2 et surface réserve 100m^2 avec accès logement deux chambres au dessus 2 WC cave matériel parking - clientèle de 40 ans - **Prix : 52 000€ A négocier** - accompagnement possible

S487
À céder – **salon de coiffure** Laon ville basse dans zone commerciale – 1 salarié titulaire d'un BP – Local récemment rénové – 5 places de coiffage, 2 bacs, 1 cabine UV – **CA : 61 600 € - Loyer : 600 €/mois – Prix : 37 500 €**

S489
Cause retraite - à céder - **carrosserie** - Axe Soissons Meaux - Pas de salarié - **Prix FDC: 40 000 €** - Possibilité de développer une activité de mécanique automobile - **loyer 1000€/mois** (avec 1 logement de 80m²) possibilité d'achat des murs

S490
Cause retraite - à céder - **Entreprise ambulances taxi** - 18 salariés - Très bonne rentabilité - Axe Chauny Saint Quentin - Véhicules bon état

S491
Cause retraite - à céder - magasin de FLEURS - nord du département - **CA moyen : 80 000 € HT** - Bon niveau d'équipements - rentabilité correcte - pas de salarié - Vente du fonds de commerce et des murs - **Prix du fonds : 40 000 € - Prix des murs : 150 000 €**

S493
À Vendre – **Activité fleuriste** – cause santé Commune proche Laon – pas de salarié **CA 106 000 € HT** – bonne rentabilité **Loyer 946 €** (local 80 m^2, terrain & serres 300m^2) **Prix du fonds : 60 000 €** - Accompagnement possible»

S494
Cause retraite - à céder - **magasin de fleurs Interflora** - à Guise - avec bail tout commerce - sur zone commerciale - vente extérieure importante - pas de salarié - **loyer : 980 HT €/mois - prix : 40 000 €**

S495
Cause retraite - A céder - **Magasin de fleurs téléfleur** - avec bail tout commerce comprenant un logement sur 2 étages - à Saint Quentin - **Loyer : 800 €/mois - Prix : 35 000 €** -

S496
À céder cause retraite – **Entreprise de motoculture** – Aisne - Effectif : 5 salariés + 1 apprenti **CA moyen : 1 800 000 € HT** – bonne rentabilité - **Loyer 5 000 € HT par mois - Prix du fonds : 350 000 €** Accompagnement possible

S497
Cause retraite - A céder– **Entreprise de réparation électroménager** – pas de salarié - **CA moyen : 115 000 € Loyer : 650 € HT** (magasin + atelier environ. 140 m^2) Idéal couple - possibilité de développement **Prix du fonds : 35 000 €** - Accompagnement possible»

S498
À céder – **salon de coiffure mixte à Saint Quentin** - cause changement d'activité professionnelle - **CA TTC moyen : 52 000 € - loyer : 550 €/Mois** (possibilité d'acheter les murs) - pas de salarié - **prix FDC : 32 000 €**

S500
À céder – **Salon de coiffure** – Laon ville basse 2 salariés à temps partiel titulaires du BP 5 places de coiffage – local et matériel neufs (fév. 2012) 65 m^2 - **loyer 996 € TTC** - Cabine UV à l'étage – Parking à proximité - **CA moyen 100 000 € – Prix du FDC 50 000 €**

S501
À céder - Cause retraite - **licence taxi** exploitée depuis 18 ans - agrément sécurité sociale - Secteur Laon Soissons - **CA moyen : 65 000 € - Prix : 40 000 €** - Possibilité acquisition véhicule et matériels

S502
À céder, cause santé – **institut de beauté** (+ UV, sauna, balnéo, prothésie ongulaire à développer) – secteur Soissons – 1 salarié et 1 apprentie (fin de contrat août 2013) **CA moyen 105 000 € HT** – Local 100 m^2 / 8 cabines / **Loyer 1 045 € HT - Prix du fonds : 65 000 €** - Accompagnement possible

S503
À Vendre – **mécanique auto et vente de véhicules** – Agent de marque - secteur Soissons, axe passant -2 salariés – **CA 700 000€ Loyer 2 100 € HT** (atelier / hall d'exposition / parking) - Possibilité de dissocier les activités et le local **Prix du fonds : 150 000 €**

S504
À céder – **salon de coiffure mixte** – cause changement géographique - bourg tous commerces secteur Soissons – pas de salarié – 3 places de coiffage / 2 bacs sur 35 m^2 – **CA moyen 30 000€** – logement inclus (4 chambres / 200m^2 + garage) **Prix de l'ensemble : 220 000 €** (murs 200 K€ / fonds 20 K€)

S505
À céder– **institut de beauté** - cause déménagement – centre bourg tous commerces entre Soissons et Château Thierry – 1 apprentie (fin de contrat en août 2013) – local 70 m^2 3 cabines - **loyer 575€ CA TTC moyen 65 000 €. Prix du fonds : 47 000 €**

S507
À céder, cause déménagement – **coiffure / institut de beauté / solarium** – secteur Nord de l'Aisne – Pas de salarié– **CA moyen 48 000 € HT** – Local 110 m^2 (4 postes de coiffage / 1 cabine soins / UV) **Loyer 450 € HT** – Logement inclus (80m^2 / 2 chambres) **Prix du fonds : 28 000 €** - Accompagnement possible »

INFORMATIONS :
Contactez le service d'action économique
serv.eco@cma-aisne.fr
au 03 23 21 86 98

ENTRE NOUS, C'EST PUREMENT PROFESSİONAL



• DE 2,5 M³ À 17 M³ DE VOLUME UTILE ET DE 610 KG À 2 TONNES DE CHARGE UTILE
• FIAT DUCATO, PORTEUR DE RÉFÉRENCE POUR LES CARROSSIERS CAMPING-CARISTES EUROPÉENS
• MULTIPLES TRANSFORMATIONS : BENNE/PLATEAU, CAISSE FRIGORIFIQUE, ASSISTANCE DÉPANNAGE, VSL...
• PLUS DE 500 CONFIGURATIONS POSSIBLES • MOTORISATIONS DIESEL MULTIJET ET G.N.V



UNE GAMME COMPLÈTE ET POLYVALENTE.

LA PREUVE PAR LES FAITS

COLBEAUX GROUP

GROUPE COLBEAUX - www.groupe-colbeaux.com



SAINT QUENTIN	SOISSONS	LAON
03.23.68.69.63	03.23.76.35.35	03.23.26.26.26
ZAC La Vallée-Rue Antoine Parmentier	94 Avenue de Compiègne	Zi Du Champ du Roy Rue Turgot



GAMME NISSAN UTILITAIRES

OPTEZ POUR UN NOUVEAU BUSINESS MODEL(1)





UNE GAMME COMPLETE D'UTILITAIRE DE moins de 3.5 T

COLBEAUX GROUP

GROUPE COLBEAUX - www.groupe-colbeaux.com



SOISSONS	LAON
03.23.76.76.70	03.23.26.26.26
98 Avenue de Compiègne	Zi Du Champ du Roy Rue Turgot

ARTISANS-COMMERÇANTS





Prêt Express
SOCAMA sans caution personnelle

Avec le Prêt Express, équipez votre entreprise sans engager votre patrimoine personnel.

Vous souhaitez moderniser votre entreprise, agrandir votre magasin ou acheter un véhicule ?
Financez vos projets avec le Prêt Express SOCAMA sans caution personnelle : un prêt garanti jusqu'à 30 000 €*.
Aucune caution personnelle n'est demandée. Toujours aux côtés des Professionnels, la Banque Populaire du Nord vous accompagne dans tous vos projets d'investissements courants.

Venez parler de vos projets avec l'un de nos conseillers professionnels ou directeurs d'agence en prenant rendez-vous au **0 800 343 343** (appel gratuit).





Pour ces opérations la SOCAMA bénéficie d'une garantie au titre du programme-cadre pour la compétitivité et l'innovation de la Communauté Européenne.



www.nord.banquepopulaire.fr

* Sous réserve d'acceptation du dossier par la Banque et par la SOCAMA.